الإعلام البديل على الإنترنت

فلسفة جديدة في الإعلام والاتصال

د. خالد جمال عبده
المدرس المساعد بقسم الإذاعة والتليفزيون
كلية الإعلام - جامعة القاهرة



الإعلام البديل على الإنترنت

فلسفة جديدة في الإعلام والاتصال

د. خالد جمال عبده

المدرس المساعد بقسم الإذاعة والتليفزيون

كلية الإعلام – جامعة القاهرة

الناشر

المكتب العربي للمعارف

عنوان الكتاب : الإعلام البديل على الإنترنت
اسم المؤلف : **د. خالد جمال عبده**
تصميم الغلاف : شريف الغالي

الناشر
المكتب العربي للمعارف
٢٦ شارع حسين خضر من شارع عبد العزيز فهمي
ميدان هليوبوليس – مصر الجديدة – القاهرة
تليفون/ فاكس: ٢٦٤٢٣١١٠–٠١٢٨٣٣٢٢٢٧٣
بريد إلكتروني : Malghaly@yahoo.com

الطبعة الأولى ٢٠١٦

رقم الإيداع : ٢٠١٦/٢٧١٩٣
الترقيم الدولي :I.S.B.N.978-977-276-962-9

حول هذا الكتاب ...

يمثل هذا الكتاب محاولة للتحديــد الــدقيق لمفهــوم "الإعــلام البــديل" "Alternative Media" وتمييزه عن غيره مــن المصــطلحات والمفــاهيم الأخرى المشابهة مثل: إعلام المواطن Citizen Media، والإعلام الجديــد New Media، والإعلام الاجتماعي Social Media، والإعلام الراديكــالي والمستقل Radical & Autonomous Media، وغيرها من المصــطلحات الأخرى التي برزت على الساحة الاتصالية في المجتمعات المختلفــة نظــرا لتفاعل عوامل عدة مثل التقدم التكنولوجي الهائــل فــي تطبيقــات وأجهــزة الاتصالات والتحولات السياسية والاجتماعية والضغوط الاقتصادية والتنــوع الثقافي، مما دفع الجماهير إلى الاستهلاك المكثف لما تتمخض عنه التطورات التكنولوجية المتسارعة للدفع بعمليات التغيير الاجتماعي والتعبير عن الآراء والمواقف المختلفة.

وينقسم الكتاب إلى ثلاثة فصول، **الفصل الأول** يركز على محاولات تحديد مفهوم ومجالات عمل ممارسات الإعلام البديل والكشف عن سماتها العامــة وخصائصها المشتركة، بالإضافة إلى الحديث عن بعض أشكالها وخصائص جمهورها مع التركيز على إسهامات شبكة الإنترنــت فــي ثــراء وانتشــار ممارسات الإعلام البديل في المجتمعات المختلفة.

ويتناول **الفصل الثاني** المداخل المختلفة لدراسة الإعلام البــديل، ويــرد الحديث حول اعتبار منظمات وأشكال الإعلام البديل جــزءا مــن المجتمــع

المدني، وأنها وسائل مناهضة ومنافسة للوسائل التقليدية الراسخة في المجتمع، وأنها أيضا تمثل مصدرا لتقديم الخدمات الاتصالية والتنموية في المجتمعات العاملة بها، وأخيرا من حيث كونها مكونا من النسيج الاجتماعي والثقافي الذي تعمل في إطاره. ويطرح هذا الفصل مجموعة من المفاهيم المهمة التي برزت في دراسات الاتصال والإعلام والاجتماع السياسي كنتيجة للتطورات التكنولوجية الهائلة مثل: الديمقراطية الرقمية Digital Democracy، والمجال العام الإلكتروني Electronic Public Sphere، وإعلام الشبكات الاجتماعية Media Social ، والمحتوى الذي ينتجه المستخدمون User-Generated Content ، والإعلام المجتمعي Community Media ، والمراكز الإعلامية المستقلة Independent Media Centers ، والمشاركة والتفاعلية Participation & Interactivity وغيرها. ويركز هذا الفصل على **المدخلين السياسي والإعلامي** في دراسة الإعلام البديل استنادا إلى أنهما الأكثر انتشارا والأكثر بروزا في المؤلفات والدراسات التي تتناول أنشطة الإعلام البديل في الوطن العربي.

ويتناول الفصل الثالث إجراءات ونتائج دراسة ميدانية بعنوان: "**علاقة الشباب الجامعي بمواقع الإعلام البديل على الإنترنت**"، حول استخدامات الشباب المصري لتطبيقات الإعلام البديل على الإنترنت (الفيس بوك وتويتر بصفة خاصة)، وارتباط ذلك بمجموعة من المتغيرات الإعلامية والسياسية مثل: الثقة في وسائل الإعلام التقليدية والاعتماد على الإنترنت في استقاء الأخبار والاهتمام السياسي ومعدلات المشاركة في أنشطة مدنية ومجتمعية، وغيرها.

قائمة المحتويات

فهرس الجداول

مقدمة

أدى التطور الهائل الذي صحب دخول العالم في حقبة الاتصال الرقمي مع أوائل التسعينيات من القرن الماضي إلى تشكيل بيئة اتصالية وإعلامية جديدة، لها خصائص مغايرة لما كان متعارف عليه من قبل؛ فاتجه الاتصال إلى التفتيت أو ما يعرف باللاجماهيرية (Demassification) مع نشأة العديد من الوسائل الاتصالية المختلفة، والتي تمكن الفرد من اختيار المضمون الإعلامي الذي يريده وفي الوقت الذي يناسبه، وأتاحت التكنولوجيا الرقمية إمكانية التزاوج والاندماج (Convergence) بين وسائل الاتصال المختلفة، فظهرت أشكال إعلامية واتصالية تجمع مابين أكثر من وسيلة قديمة، وذلك بالإضافة إلى مزايا أخرى عديدة مثل: القدرة على نقل البيانات بصورها المختلفة بجودة فائقة وسرعة هائلة.

وتزامن مع تنامي الإمكانات الرقمية في الوطن العربي انتشار استخدام شبكة الإنترنت، ومع التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال، أتيحت أمام الجمهور العربي وسائل جديدة يمكنه من خلالها أن يتواصل مع الآخرين بشكل أسرع وأفضل وأقل تكلفة من الوسائل التقليدية، إلى جانب سهولة الاستخدام خاصة من قبل الشباب وحتى صغار السن.

ومع الانفتاح الاقتصادي والفكري والثقافي الذي ساهمت في تأصيله القنوات الفضائية والإنترنت، بدأت الحركات السياسية ومنظمات المجتمع المدني في الانتباه إلى الإمكانيات الاتصالية الهائلة التي تتيحها شبكة

الإنترنت، كما بدأ الناشطون السياسيون في استغلال تلك الإمكانات الاتصالية الجديدة في الترويج لأفكارهم، وبدأ الأمر بإنشاء مواقع إلكترونية خاصة بكل حركة أو تيار أو حزب، إلى جانب استغلال تطبيقات الإنترنت في الاتصال السياسي، فانتشر استخدام البريد الإلكتروني في نشر معلومات ورسائل خاصة بالعملية السياسية، إلى جانب استخدام الهواتف المحمولة، والتي انتشرت بشكل كبير بين فئات الجمهور المختلفة.

ولم يتوقف الأمر عند ذلك فقط، فقد وجد الفرد العادي أن بإمكانه أن يقوم بإنشاء وتصميم وإدارة وتحرير موقعه الخاص، مع إمكانية إضافة الصوت والصورة، ليصبح بذلك إعلاميا مستقلا يقدم وجهة نظره للعالم أجمع، وذلك مع ظهور تطبيقات الجيل الثاني من شبكة الويب Web 2، والتي أتاحت خدمات تفاعلية واتصالية تمكن الفرد من أن يصبح صحفيا من أمام شاشة حاسوبه الخاص. ومن أهم التطبيقات التي أتيحت وتم استغلالها في الأحداث السياسية المهمة: المدونات (Blogs)، ومواقع الشبكات الاجتماعية (Social Networking Sites)، ومؤخرا موقع التدوين المصغر (تويتر) (Twitter)، مما دفع وسائل الإعلام التقليدية إلى النظر بعين الاعتبار إلى هذه الوسائل الجديدة، والتي بدأت في سحب البساط من تحت أقدامها، خاصة بعد تقديم هذه الوسائل الجديدة مضامين إعلامية بالصوت والصورة لأحداث تم تجاهلها من قبل هذه الوسائل المؤسسية الكبيرة.

ولم يعد غريبا على آذاننا أن نرى اليوم مضامين إعلامية أنتجتها الوسائل الجديدة وتستعين بها الوسائل التقليدية، ومن أشهر الأمثلة على ذلك مقطع الفيديو الذي صور إعدام الرئيس العراقي السابق صدام حسين، كما أصبح من

المعتاد أن نرى أخبار عن حملات سياسية ودينية واجتماعية على موقع الفيس بوك، ولها أصداء على أرض الواقع، والمثال الواضح على ذلك الدور الذي قام به الفيس بوك في الحشد للثورتين التونسية والمصرية ومتابعة أحداثهما.

ومع التطور المستمر في إمكانيات الاتصال وأدواته، والحراك الاجتماعي والسياسي الذي تشهده المنطقة العربية في ظل الأحداث السياسية والاقتصادية والاجتماعية المتسارعة، فإنه على الدراسات الإعلامية والاتصالية أن تتناول هذه الوسائل الجديدة، والتي تقدم مضامين بديلة لما تقدمه وسائل الإعلام المتعارف عليها، بالبحث والدراسة، وذلك من أجل الوقوف على خصائصها ومميزاتها، وما يمكن أن تسهم به في ترسيخ مبدأ الديمقراطية وحق التعبير بحرية، خاصة في مراحل التحول الديمقراطي التي تمر بها معظم الدول العربية حاليا.

الفصل الأول

مفهوم الإعلام البديل

ويشتمل هذا الفصل على :

- تمهيد
- تحديد مفهوم الإعلام البديل
- محاولات تحديد مجال عمل الإعلام البديل
- خصائص الإعلام البديل
- صور الإعلام البديل
- جمهور الإعلام البديل
- تمييز الإعلام البديل عن المصطلحات المشابهة
- الإنترنت والإعلام البديل
- خلاصة الفصل الأول

الإعلام البديل
Alternative Media

تمهيد

مصطلح الإعلام البديل أو إعلام المواطن كما يطلق عليه البعض لا يشير فقط إلى أشكال إعلامية أو وسائل اتصالية تم استحداثها واستخدامها في العملية الاتصالية، ولكنه ينطوي على الإشارة إلى فلسفة جديدة في طبيعة العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام المختلفة، تلك الفلسفة التي أخذت في الظهور والتطبيق نظرا لعوامل سياسية واقتصادية وإعلامية واجتماعية وثقافية وتكنولوجية تفاعلت مع بعضها البعض لينتج عنها أشكال ووسائل إعلامية جديدة، تجمع في طبيعتها بين تلك الخصائص التي اشتركت في تكوينها.

ويمكن أن يطبق لفظ الإعلام البديل على الأنشطة والخدمات الإعلامية التي لا تقع تحت سيطرة أي قطاع مؤسسي حكومي أو خاص، ومن هنا فهي وسائل بديلة للوسائل التي تخضع إما لسيطرة النظام القائم في الدولة أو القطاع الخاص. وظهرت هذه الوسائل لتتخلص من سلبيات الخضوع للقطاع العام أو الخاص، وهي تسعى للتعبير عن المواطنين في إطار مجتمع ما ومناقشة القضايا التي تهمهم في المقام الأول ويقوم بإدارتها وصياغة رسائلها الجمهور نفسه سواء كان مجموعة من الأفراد أو مؤسسة لا تستهدف الربح أو حتى فرد واحد. وهي تتيح كافة وسائل التفاعل والمشاركة الممكنة

للمتلقين، وذلك باستغلال الإمكانات التفاعلية الكبيرة التي تقدمها شبكة الإنترنت.

ومن هنا يمكن تحديد الخصائص العامة والأساسية للوسائل البديلة في ثلاث نقاط رئيسية:

١- الإعلام البديل تمارسه مؤسسات غير هادفة للربح (شخصية أو تابعة للمجتمع المدني) (Non-profit Entities)

٢- الإعلام البديل يستهدف جمهور مجتمع معين (حقيقي أو افتراضي) (Community-based Entities)

٣- الإعلام البديل يحفز على مشاركة الأفراد في الأنشطة المختلفة (إعلامية ومجتمعية) (Participation-induced Entities)

ولفظ "**البديل**" في حد ذاته يفترض وجود شئ أو ظاهرة أخرى جاء الإعلام البديل في مقابلها، ومن هنا تنشأ صعوبة تحديد مفهوم جامع ومانع لهذا المصطلح، فهل هذه الوسائل البديلة تنطبق على وسائل الإعلام السرية وتلك التي تتحدى النظام القائم، أم إنها تعد بديلا عن الوسائل الجماهيرية ذات التوزيع الكبير ونسب المشاهدة والاستماع المرتفعة، أم هي بديلا للخدمات الإعلامية الرسمية في مجتمع ما، أم أن مصطلح الإعلام البديل ينطبق على الخدمات الإخبارية التي لا تستهدف الربح، أم إنه يشير إلى الوسائل الإعلامية التي تعنى بالمجموعات العرقية والثقافية والطوائف المهمشة في المجتمع.[١]

---

(1)http://www.thecanadianencyclopedia.com/index.cfm?PgNm=TCE&Params=a1ARTA0009706, accessed on 8 Oct. 2010

تحديد مفهوم الإعلام البديل

هناك العديد من التساؤلات التي يطرحها هذا المصطلح (البديل)، ولذلك فمن الصعوبة بمكان أن يتم تحديده تحديدا دقيقا جامعا مانعا، ويمكن اعتبار نظرية "الهوية السياسية" (Political Identity Theory) ، والتي طرحها كل من لاكلو Laclau وموفي Mouffe في التسعينيات بمثابة مظلة نظرية لتعريف مفهوم الإعلام البديل وتحديد مداخل دراسته.[١]

وتفرق نظرية الهوية السياسية بين مفهومين أو اتجاهين أساسيين لتحديد هوية أي كيان في المجتمع وهما:[٢]

- **المفهوم الاستقلالي:** Essentialist Approach
- **المفهوم الارتباطي:** Relationist Approach

وينظر الاتجاه الاستقلالي إلى كل كيان موجود في المجتمع باعتباره وحدة مستقلة ومحددة المعالم والصفات، أي أن لها جوهر تتفرد به عن غيرها من الكيانات الأخرى في المجتمع. في حين يتجاهل الاتجاه الارتباطي خاصية الجوهر المتفرد، ويركز على العلاقات القائمة بين الكيانات المختلفة التي يتشكل منها المجتمع، ويرى أن تلك العلاقات المتشابكة تسهم بشكل كبير في تحديد هوية كل كيان في المجتمع.

---

(1) Olga Guedes Bailey, et al, **Understanding Alternative Media**, (The McGraw-Hill Companies, Berkshire, England, 2008) P.6
(2) **Ibid**., P.6

وبالاستناد إلى نظرية الهوية السياسية فإنه يمكن دراسة الإعلام البديل من أربعة مداخل مختلفة، اثنين منها لهما طابع استقلالي والآخرين لهما طابع ارتباطي.

فمن الناحية الاستقلالية، يمكن النظر إلى وسائل الإعلام البديل على أنها وسائل اتصال مستقلة تخدم المجتمع الذي تخاطبه أو على اعتبار أنها جزء له خصوصيته من الأجزاء المكونة للمجتمع المدني.

ومن الناحية الارتباطية، يمكن النظر إلى وسائل الإعلام البديل على أنها فلسفة إعلامية جديدة تضم ممارسات تختلف في أجزاء كثيرة منها عن ممارسات وسائل الإعلام السائدة، كما يمكن اعتبار الإعلام البديل ظاهرة اجتماعية تشكل جزءا من البناء الاجتماعي وتتداخل مع المكونات الاجتماعية الأخرى، والتي تشكل البيئة التي تعمل من خلالها وسائل الإعلام.[1]

ويمكن إيضاح المداخل الأربعة لدراسة مفهوم الإعلام البديل من خلال الجدول الموضح في الصفحة المقابلة.[2]

([1]) **Ibid**., P.7
([2]) **Ibid**., P.8

المدخل السياسي Part of Civil Society	المدخل المجتمعي Serving the Community	**(المفهوم الاستقلالي) Essentialist Approach**
المدخل البنائي (الجذموري) Rhizomatic	المدخل الإعلامي As Alternative to Mainstream	**(المفهوم الارتباطي) Relationist Approach**

جدول رقم (١)

مداخل دراسة الإعلام البديل

ونلحظ من الجدول السابق أن كل مفهوم تعريفي يضم مدخلين لدراسة وتفسير ظاهرة الإعلام البديل؛ فالمفهوم الاستقلالي يضم المدخل المجتمعي والمدخل السياسي، أما المفهوم الارتباطي فيشمل المدخل الإعلامي والمدخل البنائي الاجتماعي.

كما يمكن ملاحظة أن هناك مدخلين يركزان على الناحية الإعلامية في دراسة الإعلام البديل وهما: المدخل الإعلامي والمدخل المجتمعي، وذلك باعتبار أن الإعلام البديل يضم ممارسات إعلامية تخدم المجتمع الذي تخاطبه ولكنها تختلف في أجزاء منها عن الممارسات الإعلامية التقليدية. كما نجد أن المدخلين الآخرين (المدخل السياسي والبنائي) يركزان على الناحية الاجتماعية لوسائل الإعلام البديل، وذلك باعتبارها وسائل تقع ضمن الاجزاء المكونة للمجتمع المدني في الدولة وذلك في مقابل الدولة والسوق، وبالنظر

إليها على أنها تتغلغل داخل البناء الاجتماعي الذي نشأت في الأصل من تحت عباءته.

ويمكن توضيح مداخل دراسة الإعلام البديل ودلالاتها الإعلامية والمجتمعية كما يلي:[1]

دلالة الاهتمام / الهوية Perspective / Identity	**متمحور حول المجتمع Society–centered Approach**	**متمحور حول الإعلام Media–centered Approach**
(المفهوم الاستقلالي) Essentialist Approach	المدخل السياسي Part of Civil Society	المدخل المجتمعي Serving the Community
(المفهوم الارتباطي) Relationist Approach	المدخل البنائي (الجذموري) Rhizomatic Media	المدخل الإعلامي Alternative to Mainstream

جدول رقم (٢)

مداخل دراسة الإعلام البديل ودلالاتها الإعلامية والمجتمعية

وتعدد المداخل المستخدمة في تعريف مفهوم الإعلام البديل يدل على صعوبة التحديد الدقيق لهذا المفهوم، وعدم إمكانية الجمع بين الممارسات المتعددة لهذه

([1]) **Ibid**., P.9

الفلسفة الإعلامية الجديدة في إطار واحد جامع مانع. **(وهذه المداخل الأربعة هي موضوع الفصل الثاني من هذا الكتاب).**

ومن أهم العوامل التي أدت إلى صعوبة التحديد الدقيق لممارسات الإعلام البديل ما يلي:

١- تعدد المداخل النظرية التي يمكن من خلالها تفسير ممارسات الإعلام البديل المختلفة، حيث تتداخل العديد من العلوم والتخصصات العلمية في تعريف هذا المفهوم مثل: علم السياسة والاجتماع والإعلام والاتصال وعلوم التنمية والسكان، وغيرها.
٢- تعدد الممارسات الإعلامية التي تدخل في نطاق الإعلام البديل، فمع التنامي المتزايد لتكنولوجيا الاتصال وبشكل هائل، تظهر العديد من التطبيقات الاتصالية التي يمكن استخدامها لأداء وظائف إعلامية، وبالتالي يقوم أفراد الجمهور والمنظمات غير الحكومية باستغلالها.
٣- الخلط القائم بين الممارسات الاتصالية الجديدة، والتي يدرجها البعض ضمن مفهوم الإعلام البديل، بالرغم من كونها ممارسات اتصالية فردية ليست متكاملة (كرسائل التويتر مثلاً) أو وسائل تقوم بعدة وظائف اتصالية من بينها الإعلام، كمواقع الشبكات الاجتماعية والتي يطلق عليها البعض- في المطلق- وسائل إعلامية بديلة، على الرغم من أنها تتيح العديد من التطبيقات الاتصالية المختلفة، والتي يدخل بعض منها في نطاق الإعلام، والبعض الآخر في نطاق الاتصال وخاصةً الاتصال الشخصي.

٤- السرعة الهائلة التي تتطور بها تكنولوجيا الاتصال عبر الإنترنت، فما يمكن اعتباره بديلا اليوم يمكن اعتباره تقليديا غدا، وذلك ما حدث مع بداية طرح تطبيقات الويب ٢ والتي أتاحت خدمات اتصالية وإعلامية متطورة جدا جعلت البريد الإلكتروني والمنتديات ومواقع الصحف الإلكترونية في ركب الوسائل التقليدية.

٥- الخلط القائم بين العديد من المصطلحات المشابهة للإعلام البديل مثل: الإعلام الجديد (New Media) وإعلام المواطن (Citizen Media)، والصحافة المدنية (Civic Journalism) وغيرها، على الرغم من وجود اختلافات واضحة بين هذه المفاهيم المتنوعة.

ونظرا لهذه العوامل تتعدد المسميات التي يطلقها الباحثون والممارسون على ظاهرة الإعلام البديل كل حسب وجهة نظره أو الجانب الذي يتركز عليه نشاطه الإعلامي أو يستند إليه تعريفه الأكاديمي. وإن ظل مصطلح "الإعلام البديل" هو الأكثر شيوعا، إلا أن البعض يفضل مسميات مثل: الإعلام الراديكالي والإعلام المستقل والإعلام النشط أو إعلام المواطنين أو الإعلام المجتمعي أو التشاركي. وتعبر هذه المصطلحات عن اتجاهات متباينة عن الوظائف الثقافية والسياسية والاجتماعية التي تلعبها هذه الوسائل.[1]

([1])Kate Coyer, et al., **The Alternative Media Handbook**, (Routledge, London & New York, 2007).P.2

محاولات تحديد مجال عمل الإعلام البديل

مع نمو أنشطة الإعلام البديل في العقد الماضي تزايدت الكتابات والدراسات التي تحاول تفسير هذه الظاهرة، وتعددت التعريفات التي تحاول الوقوف عليها. وفيما يلي نلقي الضوء على بعض هذه المحاولات:

الإعلام الراديكالي Radical Media

يرى كريس آتون Chris Atton أن مصطلح "الإعلام البديل" يشير إلى عدد من المشروعات والممارسات والشبكات التي تعمل في مواجهة الأساليب الشائعة للإعلام، وتسعى في الوقت نفسه لتطوير أشكال مختلفة من الممارسة الإعلامية. ويتسع هذا التعريف ليشمل المبادرات التي تتخطى التعريف الضيق للإعلام مثل حركات دعم مصادر المعلومات المفتوحة "Open–Sources" وحركات مكافحة حقوق الملكية "Anti–Copyright"، والتي تصاحب العديد من مشروعات الإعلام البديل.

ويذهب آتون إلى أن وسائل الإعلام البديل يجب أن تشمل كافة أشكال الإنتاج الثقافي المستقل والتي تتسم بالعناصر التالية:[1]

- المحتوى الراديكالي (سواء كان سياسيا أم ثقافيا).
- قوة الشكل الفني.
- الاستعانة بكافة الابتكارات البناءة والاستغلال الكامل للإمكانات التكنولوجية الحديثة.
- استخدام وسائل بديلة لتوزيع المحتوى.
- تحويل الأدوار والعلاقات الاجتماعية إلى منظمات جماعية.

([1]) **Ibid**., P.4

- عدم التقيد بالمعايير المهنية المعروفة في العمل.
- تغيير اتجاه عمليات الاتصال لتصبح أفقية.

وتشير القائمة السابقة إلى الطبيعة المزدوجة للإعلام البديل والتي تضم جانبين هما:

١- تقديم المحتوى السياسي والثقافي المغاير لما يقدم في الوسائل السائدة.

٢- وطرح نماذج إنتاج بديلة تتسم بالديمقراطية، وتتيح قدر أكبر من المشاركة من خلال التنظيم الأفقي للعمل.

ويشير آتون إلى أن جوانب عمل الإعلام الراديكالي تنطوي على اتجاه مناهض للهيمنة "Counter-Hegemonic"، ويوضح ذلك بقوله:[1]

"يمكننا اعتبار المجال الذي يضم ممارسات الإعلام البديل والراديكالي تحديا للهيمنة سواء أكان ذلك على المنابر السياسية بشكل صريح أو من خلال توظيف أشكال التحدي غير المباشر عن طريق تطوير الأدوار والأشكال والرموز الاتصالية القائمة".

وتتضح الطبيعة السياسية لوسائل الإعلام البديل في عملية الإنتاج نفسها بغض النظر عن المحتوى. وغالبا ما ينشأ هذا النوع من الإعلام من تحت عباءة الحركات الاجتماعية والسياسية . كما أنه يتسع ليشمل أشكال ثقافية للتعبير مثل: الرقص والرسم على الحوائط وغيرها من الممارسات الإعلامية التي تعرف من خلال علاقتها المناهضة للنفوذ السائد والسلطة.[2]

([1]) Olga Guedes Bailey, et al, **Op. Cit.**, P.45

([2]) Harlow, Summer. **"Social Media and Social Movements: Facebook and an Online Guatemalan Justice Movement that Moved Offline"**, paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, The Denver Sheraton, Denver, CO, Aug 04, 2010. Retrieved on

ويعرف نيك كولدري Nick Couldry الإعلام البديل بأنه أشكال الإنتاج الإعلامي التي تتحدى، على الأقل ضمنيا، نفوذ التكتلات الإعلامية أيا كان شكلها وموقعها. ويؤكد كولدري على أن الإعلام البديل يقع في موضع معاكس لذلك الذي يحتله نفوذ الإعلام السائد، والذي استطاع أن يحجز لنفسه مكانا تقليديا في المجتمعات الحديثة، ولذا فإن مهمة الإعلام البديل أن ينافس الوسائل السائدة وأن يجابه فكرة أن هذه الوسائل تحتل موضعا مركزيا في المجتمع يمكنها من فصل الناس عنها واستبعاد معظمهم من إطار ممارساتها.[١]

إعلام المواطن Citizen Media

وتفضل كليمينشيا رودريجيز Clemencia Rodriguez مصطلح "إعلام المواطنين" وتقول في مقدمة أحد كتبها: "لقد أدركت أن الأطر والمفاهيم النظرية التي كنا نستخدمها نحن – علماء الاتصال – لاكتشاف وفهم الإعلام البديل كانت تصب في مجال مختلف. إن محاولاتنا التنظيرية استخدمت فئات ضيقة جدا لا يمكنها استيعاب التجارب الحية لأولئك الممارسين للإعلام البديل".[٢]

وتصف رودريجيز هذه الفئات التي استخدمت في تنظير الإعلام البديل بأنها فئات جامدة تضم مفاهيم ثنائية حول الهيمنة والتبعية ولا تستوعب التعقد

December10, 2012.from:
http://www.allacademic.com/meta/p434275_index.html

([1]) Kate Coyer, et al., **Op. Cit.**, P.4
([2])Clemencia Rodriguez, **Fissures in the Mediascape: An International Study of Citizens' Media**, (Hampton Press, NJ, USA, 2001), P.3

والميوعة التي تتسم بها الوسائل البديلة باعتبارها ظاهرة ثقافية واجتماعية وسياسية. وتقول "إنها مثل محاولة إظهار جمال حركات الراقصين باستخدام لقطة واحدة فقط".

وتشير رودريجيز في حديثها عن المواطنين إلى المواطنة باعتبارها هوية سياسية وممارسة للأنشطة التي تفيد بأن هؤلاء الأفراد مقيمين في مجتمع ما ويتمتعون بحقوقهم المدنية، فهي لا تقصر مفهوم المواطنة على التعريفات القانوينة التي يخرج عن إطارها المهاجرون والأفراد غير المسجلين.[١]

وفي هذا الإطار تنظر إلى ممارسات إعلام المواطنين على اعتبار أن:[٢]

- جماعات الأفراد تمارس المواطنة من خلال ممارسة الإعلام وتغيير وجه المشهد الإعلامي السائد.
- ممارسات المواطنين الإعلامية تتضمن الرموز الاجتماعية والهويات الشرعية والعلاقات المؤسسية المتصارعة.
- هذه الممارسات الإعلامية تعمل على تمكين أفراد المجتمع العاملة فيه بما يدفع إلى التغيير والتحول في المشهد الإعلامي القائم.

إن هذا التركيز على العمليات الاجتماعية دفع رودريجيز إلى النظر إلى الإعلام البديل على اعتبار أنه يتعلق بالحياة اليومية والطبيعية للأفراد.

([1]) **Ibid.**, P.4
([2]) **Ibid.**, P.4

الإعلام المستقل أو إعلام النشطاء

Autonomous & Activist Media

تذهب ميتزي والتز Mitzi Waltz إلى أنه من المهم أن نفهم أن مصطلحي "البديل" و"الناشط" لا يعنيان بالضرورة الشئ نفسه، فهي ترى أن الإعلام الناشط يحمل في طياته مبدأ تحفيز المتلقين على المشاركة الإيجابية في التغيير الاجتماعي. وهي لا ترى ضرورة أن يكون هذا التغيير راديكاليا، فمن الممكن أن يشجع إعلام النشطاء على ممارسات سياسية سائدة مثل: التصويت لمرشح معين أو التطوع لعمل خيري. إلا أن الإعلام البديل لايتمتع بهذه العلاقة السلسة مع ما هو سائد في عالم السياسة أو الإعلام، ومن هنا يفضل البعض مصطلح "الإعلام المستقل". ويقول يوزيلمان Uzelman إنه يمكن التفرقة بين مصطلحي "البديل" و"المستقل" من خلال التفرقة بين مجال عمل النشطاء في إطار كل منهما، فالمهتمون بالإعلام البديل يعملون على إصلاح وسائل الإعلام السائدة، أما النشطون في مجال الإعلام المستقل فيسعون إلى التغاضي عن وسائل الإعلام التقليدية ويطورون أشكالا جديدة من الاتصال الديمقراطي القائم على المشاركة.[1]

وبكلمات أخرى، فإن التفرقة هنا قائمة بين موقف "إصلاحي" وآخر "ثوري". ويرى أنصار "الإعلام المستقل" أنه يمثل طريقا مضمونا بشكل أكبر من أجل إحداث تحول هيكلي وجذري على الساحة الإعلامية.

([1]) Mitzi Waltz, **Alternative and Activist Media**, (Edinburgh University Press, UK, 2005), P.3

وتفضل كايت كوير Kate Coyer وزملاؤها استخدام مصطلح "البديل"، فهم يرون أن الوسائل البديلة تمثل المقاومة والمعارضة للوسائل السائدة وأنها تقدم أمثلة مغايرة للاستخدام التقليدي والترفيهي السائد لوسائل الإعلام وأنها ذات أهمية اجتماعية وثقافية وسياسية كبيرة، على الرغم من أنها أقل نفوذا وغنى عن وسائل الإعلام السائدة، وهو ما يجعل كايت وزملاؤها يتمسكون بمصطلح "البديل"، وليس "المستقل" ويذهبون في ذلك إلى أنه لا يمكن تحقيق أي نوع من الاستقلالية في ظل تفشي نفوذ وسائل الإعلام السائدة في المجتمعات الحديثة.[١]

وعلى الرغم من وجود صعوبة في تحديد تعريف دقيق لمفهوم الإعلام البديل، إلا أن هناك مجموعة من الخصائص التي تشترك فيها الممارسات التي يمكن أن نطلق عليها مصطلح الإعلام البديل (Alternative Media).

خصائص الإعلام البديل

يمتاز الإعلام البديل كفلسفة جديدة للعلاقة بين الوسائل الإعلامية وجمهورها بمجموعة من الخصائص، تلك الخصائص تلقي الضوء على ماهية الوسائل البديلة والفروق بينها وبين الوسائل التقليدية والإلكترونية السائدة، وفيما يلي مجموعة من السمات التي تحدد ملامح ممارسات الإعلام البديل:[٢]

غرض الوجود :

- خلق التضامن ودعم جسور التواصل مع الجمهور.

([1]) Kate Coyer, et al., **Op. Cit.,** P.10
([2]) Olga Guedes Bailey, et. al., **Op. Cit**., P.19

- معارضة قوة النفوذ في المجتمع ومناهضة ممارستها الظالمة.
- الامتناع عن الأهداف التجارية الربحية.
- تأكيد الروابط الإنسانية والثقافية والعرقية.

مصادر التمويل:

- رفض الاعتماد على تمويل الدولة أو المنح الرسمية.
- عدم اللجوء إلى الإعلان للحصول على عائد مادي.

نظام الإدارة:

- العمل ضمن مؤسسات حرة ومستقلة.
- عدم الخضوع للقواعد المعمول بها في النظم الإعلامية التقليدية.

الهيكل التنظيمي:

- العمل بنظام أفقي في الإدارة.
- السماح بمشاركة الجميع في العمليات الإدارية والتنظيمية.
- الحرص على تحقيق مبدأ "ديمقراطية الاتصال".

مخالفة الممارسات الاحترافية:

- تشجيع المشاركات التطوعية.
- اشتراك غير المحترفين في الإنتاج.
- إتباع معايير مختلفة في اختيار الأخبار.

محتوى الرسائل الإعلامية:

- تمثيل الفئات المهمشة في الوسائل التقليدية.

- طرح رؤية مختلفة عن السياسات والأولويات ووجهات النظر السائدة.

العلاقة بالجمهور (المستهلكين):

- الحرص على تحقيق مبدأ "ديمقراطية الاتصال".
- قدرة المستخدمين على التحكم فيما يستقبلون من رسائل.
- تعبير المستخدمين عن احتياجاتهم وأهدافهم بأنفسهم.

طبيعة الجمهور:

- معظم الجمهور من الشباب والفئات المهمشة.
- جمهور متنوع في توجهاته وآرائه.

مدى التغطية:

- خدمات إعلامية محلية أكثر منها إقليمية أو قومية.

صور الإعلام البديل

الإعلام البديل ليس إعلاما مستحدثا، بل هو إعلام يتميز بجملة من الخصائص التي من بينها القدرة على التكيف مع تطور وسائل الاتصال وتطور أدوات الرقابة والضغوط الاجتماعية والسياسية، فالمتمعن في الحياة اليومية للشعوب والجماعات يلاحظ تزامنها مع ظهور الإعلام الرسمي. والإعلام البديل لديه قدرة فائقة على التشكيل، فكثيرا ما يظهر على الساحة

الإعلامية في أشكال مختلفة حسب المرحلة التاريخية التي يمر بها المجتمع ونوعية الفاعلين الذين يستخدمون الإعلام البديل. ومن أبرز تلك الأشكال التي تمثل تعويضا عن القصور في وسائل الإعلام الرسمية هي الإشاعات والنكت الشعبية والسياسية، والتي تنتشر عندما يشعر أفراد الجمهور أن وسائل الإعلام تغفل عن آلامهم وتطلعاتهم ولا تعبر عنهم بشكل صادق.[1]

ويستغل الجمهور كافة الوسائل المتاحة من أجل الترويج لتلك الممارسات البديلة التي يلجأ إليها، فمع ظهور أشكال اتصالية حديثة كالهاتف المحمول وشبكة الإنترنت بدأ أفراد الجمهور في استغلالها لنشر الشائعات والنكت بل والأخبار الحقيقية أيضا، والتي تغفل الوسائل التقليدية عن نقلها من خلال استغلال ما تقدمه هذه الوسائل الحديثة من إمكانيات مثل: الرسائل القصيرة (SMS) والبريد الإلكتروني ولاحقا تويتر (Twitter).

وعلى مر التاريخ تطورت أشكال من الممارسات الإعلامية البديلة التي توازي في عملها بل وتواجه الأنظمة الإعلامية السائدة، فظهرت مجلات مصغرة بديلة أطلق عليها اسم Zines، ونشأت محطات إذاعية صغيرة النطاق تخدم مجتمعات محلية أطلق عليها "الإذاعات المجتمعية" أو Community Radio، وكانت هناك محاولات لإنشاء شبكة من المحطات التليفزيونية صغيرة النطاق أيضا مستغلة أنظمة الكابل في الولايات المتحدة الأمريكية، فيما عرف باسم "التليفزيون المفتوح أو العام" Public Access

---

(١) محمد سيد محمد، **وسائل الإعلام من المنادي إلى الإنترنت**، (دار الفكر العربي، القاهرة، ٢٠٠٩)، ص ٢٦٧.

Television. ومع ظهور شبكة الانترنت وإتاحة تطبيقات تتسم بقدر عال من التفاعلية والمشاركة، بدأ عصر جديد من الإعلام البديل، وانتشرت ممارسات إعلامية إلكترونية بديلة اتخذت أشكالا متنوعة.[1]

وعلى الرغم من تعدد الممارسات الاتصالية والإعلامية التي يمكن إدراجها تحت مفهوم الإعلام البديل على شبكة الانترنت، إلا أنه يمكن القول، وبالنظر إلى الخصائص المذكورة آنفا، بأن الوسائل والممارسات التالية تدخل في نطاق مفهوم الإعلام البديل:

١- **المدونات الشخصية (Blogs)**، وخاصةً المدونات السياسية والمهتمة بالشئون العامة سواء كانت نصية (Blogs) أو صوتية (Podcasts)، أو مرئية (Vlogs). وقد كانت المدونات بمثابة ثورة جديدة في عالم النشر الإلكتروني، حيث أصبح بإمكان الأفراد العاديين نشر توصيفهم للأحداث وتحليلاتهم الخاصة للقضايا، مع إمكانية الربط بين المدونين على الانترنت وتبادلهم الآراء والتعليقات.
وقد برزت أهمية المدونات بشكل كبير وذاع صيتها خلال أحداث حرب العراق عام ٢٠٠٣، حيث انطلقت آلاف المدونات الشخصية التي تقدم وصفا وتحليلا لأحداث الحرب، فقام الجنود الأمريكان بسرد قصصهم في الأراضي العراقية، وفي المقابل نشط بعض المدونين العراقيين على شبكة الانترنت، بالإضافة إلى آراء الكتاب

([1]) Olga Guedes Bailey, et al., **Op. Cit**., P.2

والمتخصصين ورجال السياسة والصحفيين الذين وجدوا في المدونات ملاذا لهم بعيدا عن حارس البوابة في المؤسسات التي يعملون بها.[1]

ويمكننا تبين الأهمية التي حازت عليها المدونات من خلال ملاحقة أجهزة الأمن في عدد من الدول العربية وغيرها من الدول السلطوية مثل الصين وإيران للمدونين، نظرا لما يقومون به من فضح ممارسات الفساد والظلم الاجتماعي في بلدانهم.

٢- **التطبيقات الإعلامية على مواقع الشبكات الاجتماعية** (Social Networking Sites)، وخاصةً مجموعات وصفحات الاهتمامات المشتركة، ويأتي على رأس هذه المواقع الفيس بوك (Facebook)، والذي يحتل المرتبة الثانية عالميا على قائمة أكثر المواقع تصفحا من قبل مستخدمي الإنترنت، تبعا لتصنيف موقع "أليكسا".

وقد حققت مواقع الشبكات الاجتماعية انتشارا كبيرا بين أوساط الشباب على مستوى العالم نظرا لما تقدمه من إمكانيات للاتصال والربط بين شبكات العائلة والأصدقاء وزملاء العمل وزملاء الدراسة وأصحاب الاهتمامات والمصالح المشتركة. وتقدم المواقع الاجتماعية، وخاصة الفيس بوك، تطبيقات متنوعة للاتصال تجمع

---

(1) حسني محمد نصر، المدونات الإلكترونية ودعم التعبير عن التعددية في العالم العربي، في: **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثامن، العدد الثالث، يوليو- سبتمبر، ٢٠٠٦، ص١١

بين مزايا خدمات أخرى عديدة مثل: البريد الإلكتروني والدردشة الخاصة والجماعية ومجموعات الاهتمامات المشتركة وإنشاء الصفحات العامة Pages ونشر الصور ورفع ملفات الصوت والفيديو، وغيرها.

وقد برزت أهمية موقع الفيس بوك تحديدا من بين الشبكات الاجتماعية نظرا لدوره في قيام موجة الاحتجاجات العربية، والتي انطلقت شرارتها الأولى في تونس فيما عرف بـــ "الربيع العربي". وأصبح الفيس بوك منصة تنطلق من بين جنباتها حملات سياسية واجتماعية واقتصادية وثقافية ودينية وفكرية تهدف إلى تغيير الواقع. ويتم من خلاله تعبئة الجماهير للقيام بأنشطة مجتمعية واقتصادية واحتجاجية على مختلف الأصعدة.[1]

٣- **الراديو المجتمعي (Community Radio)**: وهي مبادرات إذاعية غير تجارية تهدف إلى خدمة مجتمع محلي صغير النطاق من خلال إشراك أفراد هذا المجتمع في إدارة أنشطة هذه المحطات التنموية والاتصالية. وقد انتشرت هذه المحطات بداية من منتصف القرن الماضي في عدة دول، خاصة في أمريكا اللاتينية وآسيا وأستراليا. وناضلت من أجل العدالة الاجتماعية والمساواة وحقوق الإنسان في عدة مجتمعات غربية وشرقية. ويمكن لهذه المحطات أن تستفيد الآن

([1]) Mellen, Roger, **"Modern Arab Uprisings and Social Media: An Historical Perspective on Media and Revolution",** paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Renaissance Grand & Suites Hotel, St. Louis, MO, Aug 10, 2011. Retrieved on December 10, 2012, from: http://www.allacademic.com/meta/p520265_index.html

من إمكانيات البث على شبكة الإنترنت، بما يحقق لها مزيدا من الانتشار والفاعلية في التواصل مع أفراد المجتمع الذي تخدمه. [1]

٤- **صحافة المواطن (Citizen Journalism)**: وهي المواقع التي يحررها المواطنون بشكل رئيسي باعتبار أنهم شاهدين على الأحداث وناقلين لها مثلهم في ذلك مثل المراسلين الصحفيين، وذلك بالاستعانة بتكنولوجيات المعلومات والاتصال مثل: الكاميرات الرقمية صغيرة الحجم وأجهزة الهاتف المحمول وتطبيقات الآي فون والآي باد والحواسب الشخصية المحمولة.

وتعرف أيضا هذه المواقع باسم: مواقع الأخبار التشاركية التامة أو Full-fledged Participatory News Sites، وأشهر نموذج لهذه المواقع هو الموقع الكوري الجنوبي "أوه ماي نيوز" OhMyNews، والذي طوره أوه يون هو Oh Yeon-ho عام ٢٠٠٠. ويقوم على فكرة أن أي مواطن يمكنه أن يصبح صحفيا. ويعتمد على التقارير الإخبارية التي ترد إليه من أكثر من ٤٠ ألف مواطن-مراسل. وتقوم هيئة تحرير بمراجعة مصادر الأخبار ودقتها ثم تقوم بنشرها دون تعديل. [2]

٥- **مواقع استضافة الفيديو (Video-hosting Sites)**: ويأتي على رأسها موقع اليويتوب (Youtube) الشهير، ويعتبره البعض ضمن

---

(1) Kevin Howley, **Community Media: People, Places, and Communication Technologies**, (Cambridge University Press, UK, 2005), P.4

(1) عباس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، (دار الشروق، عمان، الأردن، ٢٠٠٨)، ص٢١٤

مواقع الشبكات الاجتماعية، إلا أنه يمكن اعتباره شكلا مستقلا بذاته خاصةً مع ظهور مواقع أخرى مشابهة له. ويحتل اليوتيوب المرتبة الثالثة في تصنيف "أليكسا" للمواقع العالمية. ويتيح يوميا ملايين من مقاطع الفيديو التي يقوم المستخدمون بإنتاجها أو إعادة بثها من وسائل الإعلام التقليدية.

ويعمل اليوتيوب بطريقة مشابهة لنمط الشبكات الاجتماعية، فيمكن لكل مستخدم أن ينشئ الصفحة الخاصة به والتي تشتمل على تفضيلاته من مقاطع الفيديو إلى جانب المقاطع التي قام بنشرها، بالإضافة إلى إمكانية التواصل مع المستخدمين الآخرين. ويتيح اليوتيوب لكل فرد أو مجموعة أن يقوموا بإنشاء قناة لمقاطع الفيديو خاصة بهم على الموقع، بما ساهم في إثراء ظاهرة التدوين بالفيديو أو ما يطلق عليه "Vlogging". وقد استخدم النشطاء اليوتيوب في رفع مقاطع فيديو لتغطية الأنشطة المدنية و الاحتجاجات ولنقل ممارسات انتهاك حقوق الإنسان في أقسام الشرطة أو في فض التظاهرات وغيرها.[1]

٦- **موقع تويتر (Twitter):** ويعد تطويرا لمفهوم القوائم البريدية، ومن خلاله يمكن بث رسائل قصيرة (بحد أقصى ١٤٠ حرف للرسالة الواحدة) إلى أعداد كبيرة من أجهزة المحمول أو الحاسب الشخصي في الوقت نفسه. ويعتبره البعض أيضا من مواقع الشبكات

---

(1) Martin Lister, et al., **New Media: a critical Introduction**, (Routledge, London & New York, 2009), P.226

الاجتماعية، إلا أن له طبيعة مختلفة تقترب من التدوين ولكن بشكل مصغر.

يقوم كل مستخدم بإنشاء صفحة خاصة به على تويتر ويستقبل ويرسل من خلالها الرسائل القصيرة التي تسمي "تويت" Tweet أو "تغريدة". ويتشارك المستخدم مع نظرائه على الموقع هذه الرسائل القصيرة. وتستخدم هذه الرسائل في كثير من الأحيان في نقل بعض الأخبار والتفاصيل من مواقع الأحداث قبل أن تتناقلها وسائل الإعلام التقليدية، ولذا اكتسب هذه الموقع أهمية إخبارية، وخاصة في الأحداث التي تشهد تطورات مستمرة مثل التظاهرات أو الانتخابات. وقد برز دور تويتر في عدة مناسبات مثل الانتخابات الرئاسية الأخيرة في إيران، حيث استخدمه الناشطون بشكل فعال لنقل انتهاكات السلطات الحاكمة في مواجهة احتجاجات المعارضة، مما أدى بهذه السلطات إلى حجب تويتر. كما استخدمه الناشطون المصريون بكثافة لنقل مسار التظاهرات والحشود الاحتجاجية إبان ثورة الخامس والعشرين من يناير عام ٢٠١١، والتي نجحت في الإطاحة بنظام حكم البلاد ٣٠ عاما.[١]

٧- **مواقع المصدر المفتوح Open-Source Web Sites**: ويطلق عليها أيضا المواقع التعاونية أو مواقع المساهمة العامة Collaborative or Contributory Sites، وهي التي تتيح

([1]) Howard, Philip, et al.,"When Do States Disconnect Their Digital Networks? Regime Responses to Political Uses of Social Media", paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, TBA, Boston, MA, May 25, 2011. Retrieved on December 10, 2012, from: http://www.allacademic.com/meta/p490070_index.html

لمستخدميها نشر مواد مكتوبة مع إمكانية تعديل أو حذف أو إضافة أجزاء لمواد قام بنشرها مستخدمون أخرون. ومن أشهر الأمثلة على هذه المواقع الموسوعة الإلكترونية الشهيرة ويكيبيديا Wikipedia، والتي تحتل المرتبة السادسة حسب تصنيف موقع "أليكسا".[1]

وتعتمد هذه المواقع على فكرة التحرير الجماعي من قبل المستخدمين، وتقوم مجموعة من الإداريين المتطوعين بحذف المساهمات غير الموثقة أو التي تهدف إلى التخريب. وتعمل هذه المواقع بتقنية "الويكي" Wiki، وهي تعني عند السكان الأصليين في جزر الهاواي "بسرعة"، أما بلغة التكنولوجيا فهي تصف نوع بسيط من قواعد البيانات التي تعمل على شبكة الإنترنت وتسمح لزوار الموقع بإضافة المحتويات وتعديل المواد المنشورة من قبل.[2] وتتم الاستفادة من هذه التقنية في العديد من المواقع مثل: موقع البيع الإلكتروني الشهير Amazon.com، والذي يسمح للزوار بنشر تعليقات عن الكتب التي يطرحها الموقع للبيع، وقاعدة بيانات الأفلام السينمائية على الإنترنت www.imdb.com، والتي تسمح للزوار بنشر مقالات نقدية عن الأفلام السينمائية وتقديم تقييم لها.

هذه الوسائل الجديدة أو الإعلام البديل على شبكة الإنترنت تتيح له تقنيات الويب آلية للكتابة والتحرير وتصميم المواقع الخاصة بالمواطنين ليتبادلوا فيها الرأي والتعليق دون قيود أو ضوابط من الهياكل التنظيمية أو الأجهزة

([1]) Jack Rosenberry & Burton John, **Public Journalism 2.0: the Promise and Reality of a Citizen-Engaged Press**, (Routledge, London & New York, 2006), P.60

([1]) عباس مصطفى صادق، **مرجع سابق**، ص ٢١٠

الرقابية وبعيدا عن تأثيرات الهياكل الاقتصادية والربحية. إنها صورة للجهود الإعلامية الذاتية في الكتابة والنشر في وسائل مصغرة ولكنها أكثر انتشارا وتوزيعا بين الناس الذين يستخدمون شبكة الويب ومواقعها، هذه صورة من الإعلام البديل أو الصحافة البديلة أو صحافة الناس أو النشر المصغر أو الصحافة الشعبية أو صحافة المواطنين التي لجأ إليها جمهور وسائل الإعلام ليتبنى بنفسه إعلاما لنفسه ولغيره من أفراد الجمهور وفئاته الذين يستخدمون شبكة الويب والوسائل الجديدة.[1]

وهناك عدة عوامل ساعدت على التحول إلى الوسائل الجديدة أو الإعلام البديل الذي تبنته المدونات في البداية، وهذه العوامل هي:[2]

١- غياب المصداقية في وسائل الإعلام التقليدية وكشف انحيازها الواضح إلى قوى السيطرة والهيمنة في المجتمع على حساب الجمهور صاحب المصلحة الحقيقية في وجود هذه الوسائل وانتشارها.

٢- تطورات الجيل الثاني لشبكة الويب والتي ساعدت على إتاحة المواقع الرقمية على هذه الشبكة بسهولة ويسر ودون تكلفة عالية، وأدوات للكتابة والتحرير، وتصميم هذه المواقع والاعتماد عليها كوسائل للنشر على هذه الشبكة.

٣- استعادة الجمهور لعافيته وصحته وتمرده على التبعية والهيمنة التي كانت تمارسها وسائل الإعلام التقليدية معتمدة على أنها صاحبة الحق

---

(٢) محمد عبد الحميد، **المدونات: الإعلام البديل**، (عالم الكتب، القاهرة، ٢٠٠٨)، ص ١٢

(١) **المرجع السابق**، ص ١٣

الأصيل في تقديم المعلومات وتسويق المعرفة والخدمات والمنتجات إلى أفراد هذا الجمهور وفئاته.

وترتبط هذه العوامل ببعضها، فلو أن التطور قد حدث على شبكة الويب وحدها في وجود المصداقية وضوابطها ما كان الجمهور قد لجأ إلى الشبكة، لأن وسائل الإعلام كانت ستسفيد من هذا التطور أيضا وينعكس ذلك بالتالي على جمهورها الذي يثق فيها وفي مصداقيتها، ولم يكن ليتمرد عليها ويشكل الإعلام البديل وجماعاته ويلجأ إلى وسائل أخرى للاحتفاظ بحقه في التعبير وحرية الرأي.[١]

جمهور الإعلام البديل

من أبرز الخصائص التي تميز وسائل الإعلام البديل أنه يخاطب فئات محددة من الجمهور تشترك في جوانب معينة كالاهتمامات أو الأصول العرقية أو المشكلات الاقتصادية أو الاجتماعية أو السمات الإثنية، ومن هنا فإن جمهوره يتسم بقدر ما من النوعية النسبية.

كما أن وسائل الإعلام البديل تتسم بعلاقة شديدة الخصوصية مع الجمهور، وذلك العامل من أهم ما يميز تلك الوسائل عن غيرها من الوسائل الأخرى، إذ يمكن القول إن أي وسيلة يستطيع جمهورها أن يساهم بقدر كبير في إدارتها وتنظيمها وإنتاج محتواها تعد من الوسائل التي يطلق عليها الإعلام البديل، ولعل ذلك ما جعل البعض يطلق على هذه الوسائل البديلة مصطلح "إعلام المواطن" أو (Citizen Media).

([١]) **المرجع السابق**، ص ١٣

وأشارت البحوث والدراسات السابقة في مجال الإعلام البديل إلى أن هناك فئتين من شائح الجمهور يستخدمون الوسائل البديلة بشكل كبير وهما:[1]

١- فئة النخب سواء كانت منتمية للأحزاب السياسية أو منظمات المجتمع المدني أو كانت مجرد شخصيات مستقلة. ونظرا لامتلاك هذه الفئات للزاد المعرفي والمستوى التعليمي والموقع الاجتماعي المتميز فإن إعلامها البديل يكون في العادة أكثر تطورا وأكثر انسجاما مع مستحدثات المجتمع التي تعيش فيه.

٢- الأقليات المهمشة، والتي في الغالب ما يتم تجاهلها من قبل وسائل الإعلام التقليدية الموجودة في المجتمع، فلذلك تلجأ الجماعات الإثنية التي تمثل أقلية أو الفئات ذات المستوى الاقتصادي المتدني أو جماعات المزارعين في المناطق النائية إلى استغلال إمكانيات الوسائل البديلة في التعبير عن مطالبها وتلبية احتياجات أعضائها.

كما يجد الشباب المتحمس والمتعلم في المجتمعات النامية في وسائل الإعلام البديلة تربة خصبة لبث أفكارهم التنويرية والدعوة إلى تفعيل المشاركة ونشر قيم الديمقراطية وحرية التعبير.

التمييز بين الإعلام البديل والمصطلحات المشابهة

عند النظر إلى الشق الثاني من مصطلح "Alternative Media" ، وهو جمع لكلمة Medium أو وسيلة، نجد أنه يشير إلى أداة اتصال يمكن استخدامها لأداء وظائف متعددة وبأساليب مختلفة في سياقات اجتماعية متباينة، ومن هنا فلا يمكن القول بأن للإعلام البديل وسائل قائمة بحد ذاتها

([2]) محمد سيد محمد، **مرجع سابق**، ص ٢٦٩

تكون مغايرة لتلك الوسائل التقليدية التي عهدنا التعرض إليها واستخدامها، بل يشير الإعلام البديل إلى **ممارسات وأنشطة إعلامية ذات سمات معينة تميزها عن الممارسات السائدة وتجعلها تقف في مواجهتها في بعض الأحيان.**

وبشكل أكثر وضوحا، لا يمكن أن نقول مثلا إن الراديو المجتمعي هو وسيلة بديلة لأن الراديو من الوسائل التقليدية الأصيلة، إلى جانب أنه وسيلة يمكن استخدامها بشكل تقليدي أو – في المقابل – بديل لهذا التقليدي. وبالنظر إلى التباين بين المجتمعات المختلفة في اعتبار ما هو تقليدي وما هو غير تقليدي، فسنجد صعوبة في التحديد الدقيق الجامع والمانع للاستخدامات البديلة والتقليدية لوسائل الإعلام.

إذن فالقضية هنا ليست متعلقة بالوسائل نفسها إنما بطريقة وأسلوب استخدام هذه الوسائل في سياق زمني ومجتمعي معين، لذا يرى الباحث انه من الخطأ استخدام لفظ "الوسائل البديلة" ويفضل استبدالها بمصطلح "الممارسات الإعلامية البديلة" أو "الاستخدامات البديلة لوسائل الإعلام".

إلا إننا يمكن أن نطلق تعبيرات مثل: "الإعلام الجديد" أو "الوسائل الجديدة"، وهو مجال دراسة آخر يخلط البعض بينه وبين مجال "الإعلام البديل"، ونرى أن سبب هذا الخلط يكمن في استخدام الكلمة الأولى نفسها – الإعلام – في كلا المصطلحين. ولكن إذا أردنا التفرقة بينهما يمكننا القول "وسائل الإعلام الجديدة" أو "الإعلام الجديد"، و "استخدامات الإعلام البديلة" أو "ممارسات الإعلام البديلة".

فالمصطلحان الأول والثاني يشيران إلى الوسائل الاتصالية الجديدة التي ظهرت بالتزامن مع التحول إلى النظام الرقمي في إنتاج ونقل وتخزين البيانات والتزاوج بين ثورة المعلومات وثورة تكنولوجيا الاتصال والتي كان من أهم مظاهرها شبكة الإنترنت، ومن هذه الوسائل الجديدة: الويب والويب٢ – وما تتيحه من إمكانيات هائلة في النشر والتفاعل – والأجيال المتعاقبة من التليفونات المحمولة والآي بود والآي باد وغيرها. أما المصطلحان الثالث والرابع فيعبران عن الممارسات الإعلامية البديلة للوسائل القائمة سواء كانت قديمة أو حديثة، تقليدية أم جديدة، فيمكن استخدام الراديو مثلا، وهو وسيلة قديمة، استخداما بديلا – كما يحدث في الإذاعات المجتمعية – ونفس الشيء ينطبق على الويب ، وهو وسيلة جديدة، فيمكن أن يتم استخدامه بشكل تقليدي مثلما يحدث في مواقع قنوات التليفزيون أو المؤسسات الصحفية على الإنترنت أو بشكل بديل مثل: المدونات.

ومن هنا يتضح الفارق بين مصطلحي: "الإعلام البديل" و"الإعلام الجديد"، ونجد أن لكل منهما مجاله الخاص.

كما أن البعض يخلط بين "الإعلام البديل" وغيره من المجالات والمصطلحات الأخرى لممارسات الإعلام والتي قد تتشابه معه في بعض الجوانب، ومنها على سبيل المثال: "الإعلام التشاركي" (Participatory Media) و"الصحافة العامة" (Public Journalism) أو "الصحافة المدنية" (Civic Journalism).

ويمكن التفرقة بين هذه المجالات الإعلامية من خلال الإشارة إلى أن "الإعلام التشاركي" يعني أن المواطن العادي مدعو لأن يشارك في صياغة محتوى الرسائل الإعلامية بالتعاون مع الصحفيين المحترفين الذين تظل لهم مسئولية الإنتاج بشكل عام والتوزيع والتسويق، ويمكن أن تأخذ هذه

الممارسات التشاركية أشكالا متعددة من تعليقات الجمهور على القصص الإخبارية المنشورة وتزويد المؤسسة الإعلامية بمواد مرئية أو مسموعة إلى صياغة الجمهور للقصص الإخبارية بنفسه. بينما ينطوي "الإعلام البديل" أو "إعلام المواطن" على التمكين الكامل للجمهور والمواطن العادي والذي يكون بإمكانه صياغة المحتوى بنفسه بالإضافة إلى تسويقه ونشره دون مشاركة من الصحفيين المحترفين.[١]

في حين نجد أن مصطلح "الصحافة العامة" أو "المدنية" يشير إلى حركة إصلاحية قام بها الصحفيون المحترفون في الولايات المتحدة الأمريكية خلال التسعينات، واستهدفت نقد أوضاع الصحافة حينها واعتمادها على المصادر الرسمية وتمجيدها للمصالح التجارية. وسعت هذه الحركة إلى خلق حوار بناء مع الجمهور مع التركيز على القيام بتغطيات تخدم مصالح المواطنين بدلا من مصالح مالكي الصحف. إذن فهي تمثل حركة "تصحيحية" قام بها ممارسو الإعلام السائد بأنفسهم محاولين إدخال بعض التعديلات على الأداء الصحفي لصالح الجمهور العام.[٢]

الإنترنت والإعلام البديل

على الرغم من التاريخ الطويل لممارسات الإعلام البديل إلا أن شبكة الإنترنت كانت بمثابة الروح التي أعيد بثها في هذه الممارسات من جديد، إذ

([1]) Peter Dahlgren, **Media and Political Engagement: Citizens, Communication, and Democracy**, (Cambridge University Press, UK, 2010), P.210

([2]) **Ibid.**, P.211

أنها أتت بسمات ومزايا تعزز من صميم وظائفها وقدمت لها إمكانات هائلة من التواصل والانتشار.[1]

وقد مكنت هذه السمات المتعددة التي تميزت بها الإنترنت المواطنين العاديين من أن يصبحوا منتجين وناشرين للمحتويات الإعلامية، وأمدتهم بالأدوات التي تجعل منهم صحفيين ومراسلين دون بذل جهد كبير.

ويمكن الإشارة إلى أن تأثير الإنترنت على ممارسات الإعلام البديل كان في اتجاهين مدعمين لوجود هذه الممارسات وانتشارها وبروز دورها في المجتمعات التي تعمل من خلالها:

الاتجاه الأول: تحقيق الانتشار للممارسات البديلة التي وجدت قبل ظهور الإنترنت، فقد مكنت الإنترنت الممارسات الإعلامية البديلة القائمة مثل: الإذاعات المجتمعية والمجلات المصغرة "Zines" والإنتاج الفيلمي والتلفزيوني المستقل وغيرها من تحقيق الانتشار بل والتوسع أيضا في محتواها وتنوع صياغتها من خلال تحويلها إلى النظام الرقمي وإتاحتها على شبكة الإنترنت لتحقق الانتشار والشعبية المطلوبة.[2]

والاتجاه الثاني: إسهام الإنترنت في خلق ممارسات جديدة للإعلام البديل، حيث أتاحت الإنترنت للأفراد العاديين إمكانات هائلة في النشر والتفاعل والاتصال وخاصة بعد ظهور الجيل الثاني من شبكة الويب (Web 2)، والتي جعلت من الإنترنت مجالا خصبا لنشأة العديد من الممارسات الإعلامية البديلة، والتي تتنوع ما بين النص والصوت والصورة والفيديو أو تجمع بين شكلين أو أكثر منها، فظهرت المدونات المكتوبة والمسموعة والمرئية، وتطبيقات شبكات التواصل الاجتماعي، والتدوين المصغر على

([1]) Peter Dahlgren, **Op. Cit.**, P.175

([2]) Kate Coyer, et. al., **Op Cit.,** P. 12

تويتر، ومواقع صحافة المواطن، ومواقع المصدر المفتوح "Open-Source Websites"، وشبكات استضافة الفيديو مثل اليوتيوب وغيرها.[1]

ووفرت الإنترنت للإعلام البديل **خصائص** عديدة تجعله يقوم بالوظائف والأدوار المنوط بها. وعملت هذه الخصائص والصفات التي تميز الإنترنت باعتبارها حلولا لمشاكل عدة كانت تواجهها ممارسات الإعلام البديل في العهد الذي سبق ظهور وانتشار الإنترنت. ونورد فيما يلي بعض السمات التي تتميز بها الإنترنت، وتعمل بدورها على تعزيز ممارسات الإعلام البديل:

١- **التفاعلية Interactivity** : حيث قدمت الإنترنت نماذج ومستويات للاتصال من الفرد للفرد One-to-one ومن الفرد للجماعة One-to-many والعكس، ومن الجماعة للجماعة Many-to-many أيضا. كما وفرت ميزة أخرى نسبية لهذا التفاعل بين أطراف العملية الاتصالية وهي فورية الإرسال والاستقبال "Immediacy" ، ذلك بالإضافة إلى الربط الدائم بين المشاركين في عمليات الاتصال "Linkage"، إلى جانب تحقيق مبدأ ديمقراطية الاتصال، حيث تتم هذه العملية بشكل تبادلي "Reciprocal" وفي الاتجاهين بشكل متكافئ. وقد مكنت الأدوات التفاعلية الهائلة التي وفرتها الإنترنت المواطن العادي من أن يصبح صحفيا وينشر أعماله ويتفاعل مع أقرانه ومصادره بشكل يسير وفوري ومستمر.[2]

---

(1) Nicholas Gane & David Beer, **New Media: The Key Concepts**, (Berg, Oxford & New York, 2008), P.5

(2) Nicholas Gane & David Beer, **Op. Cit.**, P.12

٢- **الإتاحة Accessibility** : فأصبح بإمكان الأفراد أن يتصلوا بمنافذ الإعلام والاتصال والأخبار بكل سهولة ومن أي مكان، وأن يشاركوا أيضا في صياغة رسائل هذه المنافذ وتعديلها أو الرد والتعقيب عليها. وقد أتاحت تقنيات الجيل الثاني من الويب Web 2 فرصا هائلة في هذا المجال، بما يمكن الأفراد والمواطنين العاديين من الولوج إلى منافذ إعلامهم والتواصل معها من أي مكان نظرا لإمكانية الدخول إلى شبكة الإنترنت من وسائط اتصالية متعددة أتاحها التزواج Convergence الذي حدث بين الوسائل الاتصالية المختلفة مثل الهواتف المحمولة وأجهزة الكمبيوتر المحمولة والآي باد.

٣- **السرعة والمساحة Speed & Space** : حيث تتيح إمكانات الحفظ الهائلة للإنترنت من نشر كميات كبيرة من البيانات بصورها المختلفة مع عمل أرشيفات لها أو إنشاء قواعد بيانات. كما يمكن أن يشير عنصر المساحة أيضا إلى إمكانية الانتشار الجغرافي الكبير الذي يصل إلى حد العالمية وسهولة الاتصال بين الأفراد مهما تباعدت المسافات ومهما وجدت الحواجز، مما يوفر لممارسات الإعلام البديل ميزة كانت تحلم بها منذ فترة طويلة.[1]

([1]) Natalie Fentom, **New Media, Old Media: Journalism & Democracy in the Digital Age**, (Sage Publications, Los Angles, London, New Delhi and Singapore, 2010), P.33

كما توفر الإنترنت ميزة السرعة في نقل البيانات بين أطراف العملية الاتصالية وسرعة الوصول إلى المعلومات وسرعة رفع البيانات ليتم نشرها أو تحزينها على الشبكة أو في قواعد البيانات مع سرعة استعادة هذه البيانات مرة أخرى. وتوفر هذه الخاصية ميزة كبير لأنشطة الإعلام البديل التي تغطي أحداث في الميدان.

٤- **التشبيك Networking** : من أهم السمات التي أتت بها الإنترنت إلى عالم الاتصال هو إمكانية الربط بين المستخدمين في إطار شبكة افتراضية تمكنهم من التواصل وإجراء المناقشات والحوارات وإبداء وجهات النظر. وأصبحت هناك العديد من المنابر التي تتيحها الإنترنت للمستخدمين من ذوي الاهتمامات المشتركة والذين يرغبون في الاتصال مع بعضهم البعض وإجراء الحوارات ونشر الإسهامات وتبادل الخبرات في مجال اهتمامهم المشترك أو نشر وتبادل الأخبار ومناقشتها والتعليق عليها. وتقدم هذه الميزة لممارسي الإعلام البديل الفرصة في التواصل والترابط حول العالم وخلق ساحات حوار مشتركة يتم فيها طرح وجهات نظرهم وتداولها ومناقشتها.[1]

٥- **الربط Interconnectedness**: حيث أتاحت الإنترنت إمكانية الربط بين مواقع الإعلام البديل المختلفة، فيمكن للمستخدم الذي قام برفع مقطع فيديو على موقع اليوتيوب أن يضعه على صفحته الخاصة على موقع الفيس بوك دون أن يغادر صفحته على

(1) Peter Dahlgren, **Op. Cit.**, P.154

اليوتيوب. وتستطيع المواقع الإخبارية التي تعتمد صحافة المواطن مثل: إنديميديا Indymedia أو OhMyNews أن تقوم بإنشاء حساب خاص لها على تويتر Twitter تقدم من خلاله لمتابعيها أحدث ما نشر بها من مساهمات إخبارية. وربما يقوم صاحب مدونة ما بربط محتواها بصفحته الشخصية على الفيس بوك بحيث تنتقل المواد الجديدة التي ينشرها تلقائيا من المدونة إلى صفحته على الفيس بوك ليتفاعل معها أصدقاؤه هناك. وبذلك تمثل الإنترنت بيئة إعلامية مترابطة ومتكاملة توفر للمواطن الصحفي والمراسل والناشر إمكانيات الاتصال والتواصل والانتشار.[1]

([1]) Nicholas Gane & David Beer, **Op. Cit.**, P.10

خلاصة الفصل الأول

بعد عرض المحاولات المتعددة لتعريف ممارسات الإعلام البديل وتحديد مجال عملها ونطاق جمهورها، يتبين لنا أن هناك العديد من الرؤى الخاصة بها، وينتج عن ذلك تعدد تفسيرات المفهوم واختلاف المصطلحات التي تطلق عليه.

واستنادا إلى ما ورد في هذا الفصل، يرى الباحث أن هناك عدة عناصر مشتركة تتسم بها هذه الممارسات البديلة في الإعلام، وهذه العناصر هي التي تميزها عن غيرها من الممارسات الإعلامية الأخرى. ويمكن أن نوجز هذه العناصر فيما يلي:

١- **المناصرة أو الدعم Advocacy** : فهذه الممارسات الإعلامية البديلة تتسم بأنها تبتعد عن أسطورة الموضوعية في الإعلام، فهي تظهر بشكل واضح أو ضمني مناصرتها لقضايا ورؤى ووجهات نظر معينة وتعبر عن مواقف أفراد وجماعات إزاء ما يحدث في المجتمع.

٢- **الفاعلية أو النشاط Activism** : إذ أن القائمين على هذه الوسائل أنفسهم هم من النشيطين في المجال العام وعلى الساحة الإعلامية بوجه خاص، وتنطوي المشاركة في الممارسات الإعلامية البديلة أو القيام بها على الاتجاه نحو التغيير الاجتماعي.

٣- **المشاركة Participation** : إذ أن الطبيعة الأصيلة لهذه الممارسات الإعلامية تكمن في أنها ممارسات تشاركية "Participatory" ، حيث تتماهى الحدود الفاصلة بين منتج ومستهلك المواد الإعلامية وتتبادل الأدوار دائما بين المرسل والمتلقي، وذلك في إطار من المشاركة التي ترقى إلى مستوى النقاش العام والجدل البناء.

٤- **التعددية Pluralism** : حيث يقوم بهذه الممارسات الإعلامية البديلة الأفراد والجماعات من مختلف الأعراق والتيارات السياسية والطوائف الدينية والحركات الاجتماعية وغيرها من الفئات المتنوعة، وهي بذلك تقدم طيفا متنوعا من التغطيات الإعلامية والرؤى التحليلة، كما أنها تعتبر أداة تمثيلية "Representative" لمختلف الطوائف والفئات والجماعات في المجتمع.

٥- **اللامركزية Decentralization** : فلا توجد هيئة أو جهة مركزية تتحكم في محتوى الإعلام البديل، إذ أنه يتدفق بسلاسة ما بين جماعات الممارسين والنشطاء ويتبادلون فيما بينهم أدوار الإنتاج والاستهلاك للمواد الإعلامية، ويشارك الجمهور العام في إدارة هذه الكيانات الإعلامية وصياغة رسائلها.

٦- **تحدي الهيمنة Counter-Hegemony** : حيث تطرح هذه الممارسات الإعلامية نفسها باعتبارها بديلا عن الوسائل السائدة،

والتي تسببت أنماط ملكيتها – للدولة أو القطاع الخاص – في تمكين هيمنتها على المجتمع والأفراد بعد أن تركزت ملكيتها وبات الدافع التجاري وخدمة مصالح أصحابها هو المحرك الأساسي في تغطيتها للأحداث.

٧- **ممارسة الديمقراطية Democratization** : حيث تمثل هذه الوسائل فضاء يمارس أفراد المجتمع من خلاله الديمقراطية عن طريق النشر والمتابعة والإدارة والتوزيع، ذلك إلى جانب تشجيع الغير على ممارسة الديمقراطية في فضاء المجتمع والحياة العامة.

٨- **الاستقلالية Autonomy** : في إطار نضال هذه الممارسات الإعلامية البديلة من أجل البقاء تسعى دائما لأن تنأى بنفسها عن الوقوع فريسة لسيطرة أي قوى في المجتمع، وتحاول جاهدة أن تقاوم هيمنة النظم الحاكمة والإمبراطوريات الإعلامية التجارية والجماعات ذات النفوذ.

٩- **التمكين Empowerment** : تقدم هذه الممارسات فرصة للفرد العادي لكي يشارك في النقاشات العامة والجدل حول القضايا والموضوعات وانتقاد الممارسات الإعلامية السائدة والتعليق على المواقف السياسية بل وإنتاج ونشر وتوزيع الأخبار والمحتويات الإعلامية المختلفة.

١٠- **الميوعة Fluidity** : نظرا لتعدد وتنوع ممارسات الإعلام البديل واستغلالها للوسائل الاتصالية والتكنولوجية الجديدة في توصيل رسائلها للجمهور ومع الوضع في الاعتبار التطورات الهائلة التي تحدث وبخطى متسارعة في مجال تكنولوجيا الاتصال، نجد أنه من الصعب التمييز بين هذه الممارسات البديلة ووضع حدود فاصلة بين أنواعها أو الوسائل التي تستخدمها، حتى أنها بدأت تتوغل في مؤسسات الإعلام التقليدي نفسها، ويستعين المحترفون كثيرا الآن بمحتويات ومواد إعلامية بديلة في إطار عملهم.

الفصل الثانـي

مداخل دراسة الإعلام البديل

ويشتمل هذا الفصل على:

- تمهيد
- المدخل السياسي للإعلام البديل
- المدخل الإعلامي للإعلام البديل
- المدخل المجتمعي للإعلام البديل
- المدخل البنائي (الإعلام الجذموري)
- خلاصة الفصل الثاني

مداخل دراسة الإعلام البديل

تمهيد

كما أشرنا سابقا فإن هناك أربعة مداخل أساسية لدراسة الإعلام البديل في إطار نظرية الهوية السياسية، حيث تمكن هذه الرؤية النظرية من دراسة ممارسات الإعلام البديل باعتبارها جزءا من المجتمع المدني (المدخل السياسي)، أو باعتبارها وسائل إعلامية تقف في مواجهة الوسائل السائدة (المدخل الإعلامي)، أو بالنظر إلى دورها في خدمة المجتمعات المحلية (المدخل المجتمعي)، وأخيرا دراستها من خلال ارتباطها بالنظام الاجتماعي والعالمي القائم (المدخل البنائي أو الجذموري). وحيث إن تركيز الباحث ينصب في هذه الدراسة على ممارسات الإعلام البديل من المنظورين السياسي والإعلامي، فسوف يقوم بعرض هذين المدخلين بشئ من التفصيل، ويكتفي بإطلالة عامة على المدخلين الأخرين.

أولا: المدخل السياسي للإعلام البديل

إن كون وسائل الإعلام البديل مستقلة عن سيطرة الدولة والسوق يدعم القول بأن هذه الوسائل تعد جزءا من المجتمع المدني. ويقودنا ذلك إلى إلقاء الضوء على مفهوم مصطلح المجتمع المدني "Civil Society" وطبيعته ووظائفه والأجزاء التي تشترك في تكوينه.

المجتمع المدني ... مفهومه ومكوناته

ظهر مفهوم المجتمع المدني مرتبطا بالحوار الذي دار حول تبلور الدولة القومية في القرن الخامس عشر والسادس عشر، وتحدث فيه مفكرون كثيرون ساهموا على مر التاريخ في تحديد مفهومه وخصائصه ومكوناته. وإذا كانت حركة الإصلاح الديني قد شكلت البداية الأولى لنشأة مفهوم المجتمع المدني، إلا أن تطور المجتمع المدني قد استغرق ما يقرب من ستة قرون حتى وصل إلى مفهومه المتعارف عليه الآن.[١]

وقد ارتبط ظهور المجتمع المدني في العصر الحديث بمجموعة من المتغيرات السياسية الدولية والاقتصادية والاجتماعية، ولعل أبرزها التحولات التي شهدتها أوروبا الشرقية بعد انهيار الاتحاد السوفيتي في أوائل الثمانينات من القرن العشرين، وفشل الديمقراطيات الحديثة في تحقيق العدالة بين المواطنين؛ بالإضافة إلى ذلك فقد شكلت الحركات السياسية والاجتماعية التي ظهرت في كثير من دول العالم عاملا مهما أيضا في هذا الصدد.[٢]

ويمكن النظر إلى المجتمع المدني باعتباره "مجموعة من المؤسسات غير الرسمية التي لا تمارس السلطة ولا تستهدف أرباحا اقتصادية، بل تساهم في صياغة القرارات من خارج المؤسسات السياسية. ولها غايات نقابية، كالدفاع

---

(١) علي ليلة، **المجتمع المدني العربي: قضايا المواطنة وحقوق الإنسان**، (مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ٢٠٠٧)، ص١٦

(٢) طه عبد العاطى مصطفى، **وسائل الإعلام الجديدة والمجتمع المدني: رؤية تحليلية نقدية لاستخدام الإنترنت في بعض منظمات المجتمع المدني**، (كلية الآداب، جامعة الإسكندرية، ٢٠٠٣)، ص ٢

عن مصالح اقتصادية والارتفاع بمستوى مهنة ما، كما أن لها أغراض ثقافية كما في اتحادات الكتاب والمثقفين والجمعيات والأندية الاجتماعية، إلى جانب الغايات السياسية في نشر الوعي السياسي والتنشئة السياسية".[١]

ويرجع الاهتمام بالمجتمع المدني "Civil Society " في الآونة الأخيرة إلى مجموعة من العوامل يتمثل بعضها في زيادة دور الممثلين غير الحكوميين في عمليات صنع القرار العالمي، وانتشار الاعتماد المتبادل خارج الحدود في المجالات الاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية بدرجة كبيرة، الأمر الذي نتج عنه انخفاض الحكم الذاتي للدولة المستقلة، وجعل التعاون الدولي مطلبا أساسيا لصنع سياسة مؤثرة في مناطق كثيرة من العالم. وقد نتج عن هذا الاهتمام الترويج لفكرة إقامة مجتمع مدني على صعيد عالمي أو قاري.[٢]

ويتشكل المجتمع المدني من **ثلاثة أشكال** من التنظيمات والمؤسسات هي:[٣]

١- الأحزاب السياسية.

٢- الاتحادات والنقابات العمالية والمهنية.

٣- المنظمات غير الحكومية أو الجمعيات الأهلية.

ومن الناحية النظرية يمكن النظر إلى المجتمع المدني من خلال نموذجين مختلفين. الأول يطلق عليه "النموذج العام" أو (Generalist Model) والآخر يدعى "النموذج المعتدل" أو (Minimalist Model).[١]

---

(١) على ليلة، **مرجع سابق**، ص ١٧

(٢) طه عبد العاطي، **مرجع سابق**، ص٣

(٣)على ليلة، **مرجع سابق**، ص ٢٠٢

وفيما يلي نتناول كل نموذج منهما باختصار:

١- النموذج العام:

ويقوم على أفكار هيجل وماركس والتي تنظر إلى المجتمع المدني باعتباره مفهوما عاما وشاملا يدخل السوق في إطاره. فيري هيجل أن المجتمع المدني يعد إطارا قانونيا لحفظ التوازن بين المصالح العامة والخاصة، في حين يرى ماركس أن طغيان الصفوة البرجوازية على الدولة والنظام القانوني يؤدي إلى سيطرة المصالح الخاصة على المصالح العامة، ومن هنا فهو يرى أن المجتمع المدني يمثل إطارا ينظم هذه المصالح الخاصة ومجالا يتصرف فيه الإنسان باعتباره فرد له مصلحته الخاصة مقارنة بالآخرين من أصحاب النفوذ، وبالتالي يصبح السوق – الذي يتعامل في الأساس مع المصالح الخاصة – جزءا من المجتمع المدني والذي بدوره لا ينفصل عن الدولة بشكل قاطع حيث أن هناك تداخل بين عمل الدولة وأنشطة أفرا د المجتمع.

٢- النموذج المعتدل:

ويقوم هذا النموذج في فهم طبيعة المجتمع المدني على أفكار جرامسكي وهابيرماس، والتي تفصل بين الدولة والسوق والمجتمع المدني. فيرى جرامسكي أن المجتمع المدني يعد مجالا يتطور فيه فهما بديلا لطبيعة النظام الاقتصادي والسياسي، وبذلك فإن المجتمع المدني لدى جرامسكي هو وسيلة لمكافحة هيمنة الطبقة الحاكمة وسيطرة طبقة البرجوازيين. ومن هنا يذهب إلى أن المجتمع المدني يمثل ساحة مستقلة عن الدولة

([1]) Olga Guedes Bailey, et al., **Op. Cit**., P.44

وعن السوق مع القول بوجود بعض أوجه التداخل الطفيف بالإضافة إلى إمكانية إقامة علاقات مع الأطراف الفاعلة في الدولة والسوق ولكن باعتبار أن المجتمع المدني يمثل كيانا مستقلا. والمجتمع المدني عند هايبرماس هو مجموعة منظمة من المواطنين تتم تعبئتهم من أجل إحداث تغيير اجتماعي ومقاومة هيمنة الدولة والسوق، كما يمثل مجالا للتفاعل الاجتماعي بين الدولة والاقتصاد ويتكون من مجموعة من المؤسسات وخاصة تلك التي تعمل في المجال التطوعي والحركات الاجتماعية والأنشطة الاتصالية.

ويعدد كين Keane الأسباب التي تجعل من المجتمع المدني ذا أهمية كبيرة، وهي باختصار[1]:

١- ينقي المجتمع المدني ممارسات حرية الأفراد من العنف من خلال توفير مجال تتم فيه ممارسة هذه الحريات بطرق سلمية.

٢- تمكين الأفراد والجماعات من تحديد هوياتهم الاجتماعية والتعبير عنها في إطار القانون.

٣- استحالة تحقيق حرية الاتصال دون وجود تعددية في وسائل الاتصال غير التابعة للدولة، وخاصة في عصر شبكات الاتصال عبر الحاسب الآلي.

٤- وجود الأسواق التي تنظمها اللوائح السياسية والقيود الاجتماعية، والتي يتم في إطارها التخلص من عناصر الإنتاج التي لا تفي بمعايير الكفاءة المعمول بها.

---

(1) Keane, J., **Global civil Society,** (Cambridge University Press, UK, 2003), P.26

٥-ويعطي كين أهمية خاصة لدور المجتمع المدني في خلق مناخ يمكن من خلاله ممارسة العملية الديمقراطية.

وظائف الإعلام البديل باعتباره جزءا من المجتمع المدني

التعبير عن التعددية

إن وسائل الإعلام البديل تمثل مجالا خصبا للتعبير عن التعددية والتنوع في المجتمع، حيث تستطيع كل جماعة أو فئة أو طائفة أن تعبر عن مصالحها ورؤيتها وأهدافها من خلال المشاركة في إدارة ووتنظيم وإنتاج هذه الوسائل بل وامتلاكها في أحيان كثيرة. ومكن استغلال الوسائل البديلة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة القائمة على شبكة الإنترنت الأفراد والجماعات من إطلاق وسائل إعلامهم الخاصة بدون تكلفة تذكر مع ضمان الانتشار وتحقيق التفاعل مع المتلقين.[1]

دعم الديمقراطية

وذلك بالنظر إلى الديمقراطية بمفهومها الواسع دون قصرها على الممارسات السياسية الرسمية والمؤسسية والإجرائية، بل اتساعها لتشمل حياة الفرد وسلوكه اليومي ونشاطاته واشتراكه في المناقشات العامة، بالإضافة إلى مجال عمل النشطاء السياسيين والجماعات الثقافية والسياسية التي تسعى إلى التغيير الاجتماعي. وفي هذا الإطار تمثل وسائل الإعلام البديل مناخا ديمقراطيا يمارس فيه كل فرد حقه في الاتصال والتعبير عن آرائه ومناقشة

([1]) Jack Rosenberry & Burton John, **Public Journalism 2.0: the Promise and Reality of a Citizen- Engaged Press**, (Routledge, London & New York, 2006), P.154

آراء ومواقف الآخرين وتستطيع كل جماعة سياسية أو ثقافية أو اجتماعية أن تعبر عن برامجها ومواقفها المختلفة.[1]

التعبئة والحشد

فضلا عن توفير البيئة الملائمة للتعبير عن الآراء بحرية، أمد الإعلام البديل النشطاء السياسيين بوسائل فعالة في تعبئة الجماهير وحشدهم لمؤازة أو مناهضة قضية أو موقف أو مؤسسة أو شخص بعينه. فمن خلال القوائم البريدية ورسائل المجموعات القائمة على الشبكات الاجتماعية كالفيس بوك والتويتر يتمكن النشطاء السياسيون من أن يقوموا بتعبئة مستخدمي الإنترنت بشأن قضية ما سياسية كانت أو اجتماعية أو اقتصادية، بل ويستطيعون أن يقوموا بحشد مناصريهم للقيام بنشاط معين كمسيرة احتجاج أو تأييد أو اعتصام أو تجمع لهدف ما له علاقة بقضيتهم. وليس أدل على هذه الوظيفة لوسائل الإعلام البديل من موجات الربيع العربي التي أطاحت بأنظمة سياسية راسخة ظلت تحكم البلدان العربية لعقود.

التوعية السياسية

وتجمع هذه الوظيفة بين الطبيعة الأساسية لهذه الوسائل البديلة باعتبارها قنوات اتصالية وإعلامية في الأساس وبين وظيفتها المضافة كجزء من المجتمع المدني. وفي ظل ثورة المعلومات وما صاحبها من طفرة في تكنولوجيا الاتصال الرقمي وخاصة شبكة الإنترنت تتاح للوسائل البديلة

([1]) Richard Gunther & Anthony Mughan, **Democracy and the Media: A Comparative Perspective**, (Cambridge University Press, UK, 2000), P.443

فرصة لعب دور فعال في نشر المعلومات، والكشف عن ما تعتبره الوسائل التقليدية محظورا، إلى جانب الابتعاد عن الحيادية المطلقة والمزعومة لهذه الوسائل السائدة، فتدعم الوسائل البديلة المعلومات التي تقدمها بالآراء والأفكار ووجهات النظر بما يعمل على تنوير وتوعية مستخدمي هذه الوسائل، وإحاطتهم علما بما يدور في مجتمعاتهم إلى جانب تقديم الآراء المختلفة إزاء هذه الأحداث.

الاتصال السياسي

تنجح وسائل الإعلام البديل في تحقيق مستويات مختلفة من الاتصال السياسي، والذي يعد ضروريا لتكامل عناصر الحياة السياسية في مجتمع ما ونشر المعرفة السياسية وتبادل الآراء والمعلومات. وتتيح هذه الوسائل فرصا للاتصال العالمي واسع النطاق بين أفراد المجتمع الواحد أو المؤيدين لموقف أو شخص ما أو المحتجين على نظام أو قرار ما إلى جانب الاتصال بين هذه الجماعات أو الحركات أو الأفراد من ذوي الاهتمام المشترك من ناحية والجمهور العام من ناحية أخرى. كما تقدم أيضا مستويات للاتصال بين الجماعات المتصارعة ووسائل وقنوات للتفاوض، بالإضافة إلى تحقيق الاتصال بين الأفراد باعتبار أن كل منهم يمثل هوية سياسية وفكر معين. وهذه المستويات المختلفة من الاتصال واسع الانتشار تفيد في تحقيق الزخم المطلوب في الحياة السياسية وتنشر الوعي السياسي والمجتمعي وتحفز على المشاركة الفعالة للأفراد العاديين في الحياة السياسية إلى جانب إسهام هذه الوظيفة في عمليات الحشد وجلب التأييد.[1]

---

(1) علي ليلة، **مرجع سابق**، ص ٣٥

الإعلام البديل والديمقراطية

باعتبار أن الإعلام البديل يعد جزءا من المجتمع المدني، فيمكن النظر إليه على أنه "الصوت الثالث" بين الإعلام الذي تسيطر عليه الدولة والإعلام التجاري الخاص.

كما أن للمجتمع المدني دورا كبيرا في تعزيز الممارسات الديمقراطية في المجتمعات المختلفة، وذلك من خلال دوره في إتاحة المشاركة في الحياة العامة والسياسية والعمل على زيادة معدلاتها.

ومن هنا فإن لوسائل الإعلام البديل دورا في إرساء الممارسات الديمقراطية في المجتمعات التي تعمل بها، وذلك باعتبارها جزءا من المجتمع المدني الذي يقوم بهذه الوظيفة. **وهذا يقودنا إلى الحديث عن مفهومين مختلفين في علاقة الديمقراطية بوسائل الإعلام:**

الأول: الديمقراطية من خلال وسائل الإعلام.

الثاني: ديمقراطية وسائل الإعلام.

ويشير المصطلح الأول إلى دور وسائل الإعلام في تحفيز الجمهور على المشاركة عن طريق تفعيل دور المواطن في واحد أو أكثر من الجوانب المتعلقة بالحياة اليومية مثل: عقد حوارات وممارسة الحق في الاتصال أو الانتماء لجماعة سياسية أو حركة اجتماعية. ويؤكد الفلاسفة السياسيون على أهمية هذه الصور البسيطة من المشاركة والتي يطلقون عليها لفظ "**Micro- Participation**" ، لأنها تمكن الأفراد من تعلم وتبني اتجاهات مدنية

وديمقراطية، وبذلك تشجعهم على المشاركة على مستويات أكبر **Macro–** "**Participation**".[1]

أما المصطلح الثاني فيشير إلى ممارسة الديمقراطية في إطار عمل وسائل الإعلام نفسها، وهو ما ينطبق على الإعلام البديل ويميزه عن غيره من الوسائل، كما أن هذا العامل هو ما يجعل هذه الوسائل مكونا غير عادي من مكونات المجتمع المدني. فالوسائل البديلة تمثل في حد ذاتها مناخا ديمقراطيا يتخطى التفسيرات المطلقة والمحايدة للوسائل السائدة، ويوفر للجماعات والطوائف المجتمعية المختلفة فرصة للتعبير عن آرائها، ولتمثيل أفرادها بما يمكنهم من المشاركة على مستويات أوسع في المناخ السياسي العام "**Macro–Participation**".[2]

وباختصار فإن المفهوم الأول يعني بدور وسائل الإعلام في حث الجماهير على المشاركة من خلال المحتوى التحفيزي لهذه الوسائل، أما المصطلح الثاني فيدور حول المشاركة الديمقراطية لهذه الجماهير في صياغة محتوى هذه الوسائل. ويمكن اعتبار وسائل الإعلام البديل من هذا المنظور، ومع الوضع في الاعتبار أنها تعد من مكونات المجتمع المدني، أنها أيضا تمثل جزءا من المجال العام "Public Sphere" في المجتمع، كما أنها من منظور آخر تعد في حد ذاتها أحد المجالات العامة الرئيسية في المجتمع.

وحينما يتم التركيز على خصوصية الوسائل البديلة ودورها المحتمل كأحد المجالات العامة الرئيسية، وعدم الاقتصار على تعريفها بكونها مجرد أجزاء عادية من المجتمع المدني، فإن الإمكانات الديمقراطية لهذه الوسائل

([1]) Olga Guedes Bailey, et. al., **Op. Cit.**, P.48
([2]) **Ibid.**, P.49

تتعاظم وتصبح عاملا مساعدا في إحداث التحول الديمقراطي، حيث أنها تتيح للجماعات المجتمعية والمجتمعات المحلية الفرصة لكي تشارك بصورة كثيفة وعريضة في النقاش العام، وأن تمثل نفسها في المجال العام، وبذلك تدخل ميدان تمكين وتسهيل المشاركة الكلية في الأنشطة المجتمعية والسياسية، وبذلك تبتعد هذه الوسائل عن التفسير المطلق والراسخ لحيادية وسائل الإعلام "Impartiality"؛ إذ أنها تتيح للجماعات والطوائف المختلفة إبراز آرائهم ونشرها وتوسيع نطاق وجهات نظرهم وعرضها على جموع أكبر. ومن هذا المنطلق تتميز الوسائل البديلة بتحقيق مبدأ التعددية "Pluralism" من خلال الجمع بين معايير الموضوعية "Objectivity" والمناصرة لقضية ما "Advocacy" والتمثيل "Representation". [1]

وتفرض الطبيعة الديمقراطية لوسائل الإعلام البديل سياسات عمل مختلفة عن تلك المتبعة في نظم الإعلام التقليدي، إذ تتسم إداراتها باللامركزية "Decentralization"، وتكون هياكلها أفقية بهدف إنجاح الديمقراطية في أسلوب العمل الداخلي في هذه المنظمات البديلة باعتبارها مجالا عاما مستقلا.[2]

ونتبين الدور المحتمل لوسائل الإعلام البديلة في إرساء الديمقراطية إذا علمنا أن وسائل الإعلام التي تتمتع بالحرية تلعب دورا كبيرا في تعميق الديمقراطية وتعزيز المشاركة والترويج لحقوق الإنسان، بل إن قوة وفاعلية المجتمع المدني خاصة في المجتمعات النامية يرتبط بصفة أساسية بحرية

([1]) Kate Coyer, et al., **Op. Cit.**, P.12
([2]) Olga Guedes Bailey, et al., **Op. Cit**., P.33

وتعدد وسائل الإعلام نظرا لاعتماد المجتمع المدني بقوة على الأفراد القادرين على الوصول إلى المعلومات والذين لديهم قنوات للتعبير عن القضايا العامة.[١]

ويرى أصحاب النظرية الليبرالية أن البناء الإعلامي الحر البعيد عن تدخل الحكومة والعمل التجاري وهيمنة الجماعات الاجتماعية يكون أكثر قدرة على حفظ وتدعيم عناصر المشاركة والمنافسة، والتي ترتبط بمفهوم الديمقراطية وعملية التحول الديمقراطي، كما أن هذا البناء الإعلامي يعمل على تعزيز التحول الديمقراطي من خلال القيام بدور رقابي، حيث يعمل على تحقيق الشفافية ومراقبة الجمهور للقابعين في السلطة وتسليط الضوء على إخفاقات السياسة وإساءة الإدارة من قبل الموظفين العموميين وأوجه الفساد في السلطة القضائية.[٢]

إن ممارسة الديمقراطية تعتمد على المعرفة والمعلومات، فالمواطنون الذين يملكون المعلومات قادرون على المشاركة في الحياة السياسية وصنع القرار. ووفقا لميكلي جون Meikle john فإن الديمقراطية تقوم على فكرة السيادة الشعبية Popular Sovereignty، وهو ما يتطلب أن يكون المواطنون على درجة عالية من المعرفة إذا ما شاركوا في العملية السياسية أو لعبوا دورهم بفاعلية كصانعين أساسيين للقرار.[٣]

([٣]) نها أنور سليمان، **الإعلام وقضايا الإصلاح في العالم العربي**، (دار العالم العربي، القاهرة، ٢٠١١)، ص ١٣٢

([١]) **المرجع السابق**، ص ١٣٥

([3]) Meikle John, **Free Speech and Democracy in Ancient Athens,** Retrieved on January 11, 2012, from:http://books.google.com.eg/books?id=RJgdHpTX64sC&lpg=PA26&ots=bWgJ4XnQdl&dq=meiklejohn%20popular%20sovereignty&

وأكدت العديد من الدراسات على أن الأفراد الأكثر معرفة يكونون أكثر مشاركة في الحياة السياسية وأكثر فاعلية وقدرة على اتخاذ القرار، وأشارت عدة بحوث إلى أنه يمكن لوسائل الإعلام أن تعمل على تعزيز الديمقراطية بمفهومها الشامل من خلال:[1]

١- حفز المناقشات العامة بما في ذلك النقاش حول السياسات الاقتصادية والاجتماعية للحكومة.
٢- رصد الانتخابات وتعزيز مصداقيتها.
٣- فضح انتهاكات حقوق الإنسان وعمليات الاعتقال والتعذيب.
٤- فضح الفساد السياسي.
٥- تمكين المهمشين كالفقراء والمراة وإثارة الوعي بشأن قضايا الجماعات أو الأقليات أو الشرائح التي قد تكون موضع إهمال أو تجاهل أو اضطهاد من الحكم ومن النخبة السياسية.

وقد كان للتطور التكنولوجي الكبير في مجال الاتصالات والمعلومات تأثيره الواضح على إعطاء وسائل الإعلام القائمة بالفعل حرية كبيرة في الطرح والتناول والانتشار مع عدم الخضوع للرقابة المباشرة من قبل النظم السلطوية الحاكمة، كما أنه مهد الطريق لظهور وسائل جديدة تقدم رؤى بديلة للإعلام السائد وتمثل جماعات وأفكار لم تكن ممثلة من قبل في قنوات الاتصال التقليدية.

---

hl=ar&pg=PA26#v=onepage&q=meiklejohn%20popular%20sovereignty&f=false

(1) نها أنور سليمان، **مرجع سابق**، ص ١٣٧

واستطاعت وسائل الإعلام البديل التي تستعين بشبكة الإنترنت أن تحقق هذه الخطوات السابق ذكرها بفاعلية خلال الأعوام القليلة الأخيرة، فقد كانت بمثابة ساحة حرة ومفتوحة لكشف الحقائق ورصد الواقع واستضافة الحوارات العامة بين طوائف المجتمع المختلفة، وخاصة ما لم يحظ منها بفرص الظهور في وسائل الإعلام التقليدية.

وتتمثل أهم انعكاسات ثورة المعلومات والاتصالات، التي تجسدت أهم ملامحها في تمكين المواطنين من صياغة المواد الإعلامية، على التطور السياسي والديمقراطي في الدول النامية فيما يلي:[1]

١- **إنهاء احتكار النظم الحاكمة للمعلومات:** حيث توفر ثورة المعلومات والاتصالات مصادر متعددة ومستقلة للمعلومات خارج سيطرة وتوجهات النظم الحاكمة، مما ينهي احتكار هذه النظم للمعلومات، ويحد من قدرتها على إخفاء ممارساتها التسلطية والاستبدادية، وتجعل قطاعات من المواطنين على دراية بتجارب وخبرات دول أخرى في مجالات التنمية والديمقراطية.

تعزيز دور القوى السياسية المختلفة: حيث تتيح ثورة المعلومات والاتصال لقوى المعارضة استخدام وسائل وأساليب جديدة لنشر أفكارها وبرامجها وممارسة أنشطتها واستقطاب أعضاء جدد في صفوفها. كما أن قوى المعارضة المحظورة داخل بعض الدول النامية، والتي قد تمارس المعارضة من الخارج استفادت من الأساليب الحديثة في الاتصالات والمعلومات في التواصل مع المواطنين داخل أوطانها.

---

(1) رباب عبد الرحمن هاشم، **الإعلام والإصلاح السياسي في مصر**، (دار العالم العربي، القاهرة، ٢٠١٠)، ص ص ٩٢-٩٣

٢- **نشر الوعي السياسي لدى المواطنين:** حيث أدت ثورة الاتصال وظهور وسائل اتصالية متنوعة إلى زيادة مستوى المعرفة والوعي لدى المواطنين وتزويدهم بالتجارب والخبرات المختلفة في الدول الأخرى، وخاصة فيما يتعلق بقضايا التنمية والديمقراطية واحترام حقوق الإنسان ومحاربة الفساد ومبادئ الشفافية واحترام حقوق المواطنة، مما أدى إلى رفع سقف طموحاتهم وتطلعاتهم، وبالتالي المطالبة بمزيد من الإصلاحات في مجتمعاتهم.

٣- **تعزيز دور القطاع الخاص:** لثورة المعلومات والاتصالات تأثيراتها على النشاط الاقتصادي في الدولة، وذلك من خلال تنشيط التجارة الإلكترونية التي يستطيع الأفراد والشركات الانخراط فيها بمعزل عن سيطرة الحكومات، الأمر الذي يعزز من دور القطاع الخاص ويدعم استقلاليته في مواجهة الدولة ويجعله يشكل دعما للمجتمع المدني وعملية التحول الديمقراطي.

الديمقراطية الرقمية Digital Democracy

أثرت ثورة المعلومات على الديمقراطية كمفهوم وكممارسة بشكل ظهرت ملامحه على النظم السياسية في العالم، سواء فيما يتعلق بطبيعتها أو في مدخلاتها ومخرجاتها، وعلى عمل المؤسسات السياسية الوسيطة والمجتمع المدني والثقافة والسياسة السائدة. وأصبحت الإنترنت وسيلة وأداة ليس فقط للاتصال، بل أصبحت مجالا حيويا تدور فيه كافة مجالات الحياة وأصبحت ذات أهمية أمنية واقتصادية وسياسية وثقافية وغيرها.[١]

([١]) عادل عبد الصادق، الديمقراطية الرقمية نمط جديد لممارسة السياسة، في: **مجلة**

إن الديمقراطية الرقمية لا تمثل فقط نقلا جزئيا وتدريجيا لفضاء الانتخابات من الصندوق إلى الشبكة، بل إنها تساهم في ضمان سبل بلوغ المواطنين لممثليهم ومسائلتهم دونما حاجة تذكر إلى البحث عنهم بين أروقة البرلمانات أو في متاهة المكاتب وقاعات الاجتماعات وما سواها. إن المدونات ومواقع الإنترنت الشخصية والمؤسسية بالإضافة إلى اليوتيوب والشبكات الاجتماعية وغيرها، لم تعد أدوات اتصال فحسب، بل باتت وسائل ضغط وتأثير يوظفها أصحابها كرافد من روافد الفعل السياسي المباشر، وكوسيلة جديدة لتجديد مضمون الديمقراطية وتوسيع القاعدة المرتكزة عليها في الشكل والجوهر.[1]

وتمثل الديمقراطية الرقمية في مفهومها البسيط: استخدام الأدوات التكنولوجية الجديدة في مجال الاتصال، وخاصة شبكة الإنترنت والتقنيات المحمولة، في ممارسة آليات الديمقراطية وتوسيع انتشارها وتحقيق أهدافها، وهي بذلك تمتد من الدعاية والتصويت الإلكتروني إلى إتاحة مساحات إلكترونية حرة للنقاش وإبداء الآراء وتبادل المعلومات.

وتكشف الديمقراطية الرقمية عن عملية التزاوج ما بين الديمقراطية كمفهوم سياسي والتكنولوجيا كآلية ووسيلة لتعزيزها، من خلال المساهمة في توفير الأسس النظرية التي تقوم عليها الديمقراطية من حرية الرأي والتعبير

الديمقراطية، مؤسسة الأهرام، القاهرة، العدد الرابع والثلاثون، إبريل، ٢٠٠٩، ص ١٠٥

([٢]) يحيى اليحياوي، في إشكالية الديمقراطية الرقمية، في: **مجلة الديموقراطية**، مؤسسة الأهرام، القاهرة، العدد الرابع والثلاثون، إبريل، ٢٠٠٩، ص ٩٣

وغيرها، وذلك بإتاحة أدوات جديدة لتوليد وجمع وتصنيف وتحليل وتداول كل المعلومات والبيانات والمعارف المتعلقة بممارسة القيم الديمقراطية.[1]

وقد استطاعت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وبشكل خاص آليات الاتصال البديل على الإنترنت أن تقدم أطرا جديدة لتفعيل الديمقراطية المباشرة، بعدما نجحت في تخطي حواجز ومعوقات تطبيق الديمقراطية المباشرة التي تمثلت في ضخامة عدد المواطنين وتشابك وتعقيد التركيبة الاجتماعية والاقتصادية بالمجتمعات الحديثة، وفتحت الطريق أمام ظهور آليات جديدة تعزز المشاركة كالبريد الإلكتروني والمنتديات والمدونات والشبكات الاجتماعية، مما أتاح الفرصة أمام المواطنين للمشاركة بفاعلية في العملية الديمقراطية.[2]

فقد وجد المواطن العادي نفسه أمام فرصة كبيرة للتعبير عن رأيه ووجهات نظره، ووجدت الجماعات والحركات الاجتماعية في شبكة الإنترنت وتطبيقات الإعلام البديل الإلكترونية منبرا لعرض آرائها وتوجهاتها المختلفة، بعد أن ظلت تعاني التهميش والتجاهل من قبل وسائل الإعلام التقليدية. ولذا اتهم بعض الباحثين في مجالي الإعلام والرأي العام وسائل الإعلام التقليدية بميلها نحو تهميش الآراء الصادرة عن الرأي العام أو ما يعرف بالخطاب العام "Public Discourse"، حيث تخصص وسائل الإعلام مساحات محدودة وفقرات زمنية قصيرة لطرح آراء الأفراد في القضايا المهمة. ويعتقد أولئك الباحثون أن هذا الطرح المقتضب والمحدود للخطاب العام يتعارض مع ثوابت الديمقراطية وقيمها ومبادئها المعيارية.[3]

([1]) عادل عبد الصادق، **مرجع سابق**، ص ١٠٧

([2]) **المرجع السابق**، ص ١١٢

([1]) خالد صلاح الدين، دور الإعلام التقليدي في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو قضايا الديمقراطية في مصر، في: **المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر: الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يوليو، ٢٠٠٩، ص ٨٣٤

ويؤكد الباحثون في مجال الاتصال السياسي على أن الاعتماد المتزايد على تطبيقات الإعلام البديل على شبكة الإنترنت يعضد الديمقراطية عبر تيسير قنوات الجدل القائم على النقاش الرشيد للشئون السياسية. وفي هذا السياق يوفر الإنترنت مدى لا محدود من الفضاء الافتراضي الذي يجعل من تلك النقاشات حقيقة ملموسة عبر خدمات المنتديات والقوائم البريدية وجماعات النقاش والمدونات السياسية والشبكات الاجتماعية وتبادل الملفات. ويشير هؤلاء الباحثون إلى أن المدونات السياسية تعد بمثابة الرافد الأبرز لتكريس الديمقراطية في المجتمع.[١]

وأتاح التقدم التكنولوجي وخاصة في مجال الاتصال وممارسات الإعلام الإلكتروني إمكانية تيسير مشاركة المواطنين في العملية السياسية وفي اتخاذ القرارات بشكل موسع ومباشر، مما يسمح بخروج العملية السياسية من بين أيدي النخبة وراء الأبواب المغلقة إلى نفوذ وسيطرة أكبر لعامة الشعب. وذلك ما يجعل البعض يعتقد بأن الإنترنت سوف تجعل من السياسة شأنا عاما؛ بمعنى عدم اقتصارها على بعض الفئات دون أخرى، فالإنترنت سوف تشجع بعض الأفراد غير النشطين أو الفاعلين على المشاركة السياسية، كما أنها تساعد على إلغاء التفاوت بين الأفراد في الوصول إلى مصادر المعلومات السياسية، وتقلص من تأثير الصفوة السياسية من ناحية أخرى.[٢]

---

(٢) **المرجع السابق**، ص ٨٤١

(١) محمود حمدي عبد القوي، دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب: دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية، في: **المؤتمر العلمي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو، ٢٠٠٩، ص ١٥٩٨

ويقول كلنر Kellner إن الديمقراطية تتطلب وجود المواطن الذي يمتلك خلفية معرفية قوية ويسهل عليه الوصول إلى المعلومات، وتتاح له فرصة الاشتراك في حوارات جادة مع الآخرين لمناقشة القضايا المهمة.[١] وهذا ما توفره التطبيقات الإعلامية البديلة على شبكة الإنترنت، حيث تمثل مصدرا للمعلومات والمعارف والخبرات التي يتبادلها الأفراد، كما تتيح لهم فرصة النقاش حولها واتخاذ قرارات فردية وجماعية بشأنها.

ومن أبرز تطبيقات الديمقراطية الرقمية:[٢]

- الحملات الانتخابية الإلكترونية. E-Campaigning
- التصويت الإلكتروني في الانتخابات. E-Voting
- خدمات الحكومة الإلكترونية. E-Government
- الجدل السياسي عبر شبكة المعلومات. E-Debating

ويعتقد خبراء الاتصال السياسي أن الجدل السياسي عبر شبكة المعلومات العالمية يشكل بدوره ذروة الاستخدام السياسي للإعلام الرقمي، سواء في الديمقراطيات العريقة أو الناشئة. وهناك أنماط متعددة للنقاش والجدل السياسي على شبكة الإنترنت ومن أبرز تلك الأنماط: المدونات السياسية وساحات الحوار والمواقع الإلكترونية ذات الصبغة الأيديولوجية.[٣]

([1]) Kellner, D., Media and Elections in 2004, **Cultural Studies and Critical Methodologies**, Vol.5, No.3, 2005, P.300

([2]) **Ibid.**, P.301

(٣) خالد صلاح الدين، الديمقراطية الرقمية: تطبيقاتها العالمية وآفاق مستقبلها في الوطن العربي، في: **مجلة الإذاعات العربية**، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد الثالث، ٢٠١١، ص ٥٨

ويقول كلنر إن الديمقراطية الرقمية تتضمن المشاركة الديمقراطية والجدل السياسي بالإضافة إلى التصويت، ويذهب إلى أنه في العصر الذهبي للإعلام تم استبعاد معظم الأفراد من المناقشات السياسية واعتبرتهم وسائل الإعلام مستهلكين سلبيين للمعلومات، فضلا عن تحكم المؤسسات الإعلامية الكبيرة في المقدرة على الوصول إلى وسائل الإعلام مع السماح بظهور أصوات ووجهات نظر محدودة، ولكن في عصر الإنترنت يمكن لأي شخص لديه جهاز كمبيوتر واتصال بالشبكة أن يشارك في النقاش والجدل، مما ساهم في تمكين عدد ضخم من الأفراد والجماعات التي كانت تعاني التهميش في الحوار الديمقراطي خلال العصر الذهبي للإعلام.[1]

ويقول دالجرين Dahlgren إن النشاط السياسي يتشكل عادة من خلال الظروف ومصادر المعرفة والممارسات التي تحيط بحياة الأفراد، وإن الانخراط في العملية الديمقراطية لا يعني بالضرورة أن يحيد الفرد عما هو مألوف في حياته أو أن يخرج عن نطاق العادات السائدة لديه.[2]

وفي ضوء أن استهلاك الأفراد للتكنولوجيا الحديثة وخاصة الإنترنت والشبكات الاجتماعية قد أصبح جزءا من عاداتهم اليومية والطبيعية، ومع الوضع في الاعتبار الفرص التي تتيحها الإنترنت والشبكات الاجتماعية من أجل المشاركة في أنشطة مدنية تسهم في تحقيق الديمقراطية، فإن مستخدمي الإنترنت وخاصة أولئك الذين يشتركون في شبكات تدعم قضية معينة، يزداد لديهم الميل نحو المشاركة المجتمعية، والتي تتضمن سلوكيات وثيقة الصلة بالديمقراطية.[3]

([1]) Martin Lister, **Op., Cit.**, P.219
([2]) Peter Dahlgren, **Op., Cit.**, P.149
([3]) **Ibid.**, P.152

واستطاعت شبكة الإنترنت أن تغير من العلاقة الراسخة بين الحكام والمحكومين، كما أنها وفرت أدوات فعالة للنشطاء لكي يقوموا بتعبئة الجماهير من أجل قضايا سياسية معينة. وعلى الرغم من صعوبة إثبات الدور الطاغي لشبكة الإنترنت في مجال السياسة، إلا أن الأدلة العلمية تشير إلى قدرتها على اللعب كعامل منشط في مواقف سياسية معينة.[١] وفي الوقت نفسه لا يمكن أن نطلق أحكاما عامة حول تأثير الإنترنت من الناحية السياسية، حيث أن الشبكة تشتمل على العديد من التطبيقات ذات السمات الاتصالية المختلفة مثل: البريد الإلكتروني وغرف الدردشة والمدونات وغيرها من التطبيقات التي تختلف في خصائصها من الناحية السياسية.

ويوضح الجدول التالي إمكانيات العناصر المختلفة لشبكة الإنترنت من الناحية السياسية:[٢]

([1]) Sarah Oates, **Introduction to Media and Politics**, (Sage Publications, Los Angles, London, New Delhi and Singapore, 2008), P.155

([2])**Ibid.**, P.156

تطبيقات الشبكة	الأهمية السياسية
البريد الإلكتروني E-Mail	يسمح بإجراء اتصالات بين المستخدمين متخطيا حدود المكان والزمان.
المحادثات الفورية Instant Messaging	تمثل نوعا من الاتصال أكثر كثافة ومباشرة من البريد الإلكتروني، وتسمح بالتبادل الآني لوجهات النظر.
المنتديات Forums	تسمح للمستخدمين بفتح موضوعات للنقاش مع التعليق على موضوعات الآخرين.
غرف الدردشة Chat Rooms	تسمح بإجراء محادثات أكثر مباشرة وفورية من البريد الإلكتروني، وتتيح تبادل وجهات النظر بين مجموعات من المستخدمين بشكل آني.
المدونات Blogs	تتيح نشر موضوعات ينتجها المستخدمون بأسلوب صحفي مع إمكانية التعليق من قبل مستخدمين آخرين.
Podcasting (نشر ملفات صوت وصورة)	يسمح للمستخدمين بنقل الأحداث المختلفة بالصوت والصورة.
الشبكات الاجتماعية Social Networking Sites	تجمع ما بين إمكانيات العناصر السابقة، حيث توفر الاتصال الفوري ونشر الموضوعات ومناقشتها والتعليق عليها إلى جانب نشر ملفات الصوت والصورة.

جدول رقم (٣)

الإمكانيات السياسية لعناصر شبكة الانترنت

وقد ساهمت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في لعب دور حيوي في دعم الديمقراطية حول العالم، خاصة في الدول الديمقراطية، بما أتاحته من أدوات تعبير وبيئة عمل في المجال السياسي العام، وبشكل أثر على أداء المؤسسات التقليدية، حيث وفرت مجالا عاما من الأفكار والمعلومات السياسية يتسم بالحرية. كما أثرت على رأس المال الاجتماعي والسياسي والأحزاب السياسية والمجتمع المدني، بما جعلها تسهم في خلق مجال عام جديد أطلق عليه "المجال العام الإلكتروني" أو (Electronic Public Sphere).[١]

المجال العام الإلكتروني

يقصد بالمجال العام "Public Sphere" تلك المساحة التي تقع بين السوق والحكومة. وهي المساحة التي لا تتعلق بالأهداف التجارية أو الربحية ولا ترتبط بتنظيم حكومي أو تتعرض لتدخل الدولة، وإنما يشير إلى المساحة القادرة على حث الناس على مناقشة القضايا العامة دون خوف من الآثار المترتبة على ذلك. وهو مجال يتسم بالحوار والمناقشة ويسمح للمواطنين بالاتصال ودراسة الشئون العامة ومناقشتها من خلال وسائل الإعلام، والتي تمثل أحد مكونات المجال العام، دون الخوف من السلطة السياسية أو الاقتصادية.[٢]

---

(١) عادل عبد الصادق، **مرجع سابق**، ص١٠٧

(٢) ثريا أحمد البدوي، دور وسائل الإعلام في دعم المواطنة في مصر، في: **المؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر: الإعلام وتحديث المجتمعات العربية**، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، مايو، ٢٠٠٦، ص٩١

وهناك إجماع بين العلماء الاجتماعيين على أن المفكر الذي وضع أسس نظرية المجال العام هو الفيلسوف الألماني الشهير هايبرماس Hebarmas في كتابه المعروف "التحول البنيوي للمجال العام" الذي صدر عام ١٩٦٢.[١]

وقد أشار هايبرماس إلى أن جذور المجال العام ترجع إلى العديد من المؤسسات الاجتماعية في أوروبا خلال القرن الثامن عشر مثل: المجلات والصحف والمقاهي والصالونات الثقافية ونوادي القراءة. ولقد كانت النتيجة التاريخية للحوارات النقدية التي تضمنها المجال العام الدخول إلى الديمقراطية النيابية، وبذلك استطاع المواطنون أن يكونوا مراقبين للدولة وناقدين لها. ويرى هايبرماس أن نجاح المجال العام يتوقف على:[٢]

- أن جميع الأفراد القادرين على الخطابة يمكنهم المشاركة في الجدل.
- أن جميع الأفراد لديهم حقوق متكافئة في إبداء أسباب موقفهم الذي أعلنوه.
- لا يمكن إنكار حق أي فرد في المشاركة في الجدل.
- درجة الحكم الذاتي؛ بمعنى أن يتخلص المواطنون من السيطرة والتحكم وأن يكونوا أحرارا.
- رفض الهيراركية، فكل الأفراد يشاركون على قدم المساواة دون أن يكون للتفاوت الاجتماعي أثر في ذلك.
- أن يكون دور القانون واضح وفعال، وأن يكون هناك سياق اجتماعي ملائم.
- الثقة والوضوح والصدق في المضمون الإعلامي.

([٣]) السيد ياسين، انهيار المجال العام وصعود الفضاء المعلوماتي، في: **مجلة الديموقراطية**، مؤسسة الأهرام، القاهرة، العدد الرابع والثلاثون، إبريل، ٢٠٠٩، ص٢٣

([١]) محمود حمدي عبد القوي، **مرجع سابق**، ص ١٥٥٨

والمجال العام في الواقع يتوسط بين مجال السلطة العامة أو الحكومة، والمجال الخاص الذي قد يركز على الأسرة وشئون الأفراد الخاصة. وهذا المجال العام – كما نشأ في المجتمعات البرجوازية الأوروبية – كانت تمارس فيه المناقشات حول السياسات الحكومية وتتبلور في رحابه اتجاهات الرأي العام. غير أن هذا المجال العام تم القضاء عليه في الدول الشمولية التي لا تقبل التعددية الفكرية، وتمت محاصرته في الدول السلطوية التي ضيقت الخناق على حرية الخلاف، وصادرته الدول الليبرالية كالولايات المتحدة الأمريكية. ومع انهيار المجال العام التقليدي نشأ مجال عام جديد ساندته الثورة الاتصالية وفي قلبها شبكة الإنترنت. وبرزت المدونات باعتبارها إحدى صور الممارسات الفكرية المستحدثة التي خلقت فضاء اجتماعيا جديدا يتسم بالحرية ويخلو من القيود والحدود التي تضعها النظم السياسية والحكومات.[١]

إن الادعاء بأن الإنترنت قد عملت على إحياء المجال العام يعد موضوعا متأصلا الآن في أدبيات الإنترنت وفي النقاشات العامة حول الشبكة، وذلك نظرا للطبيعة التفاعلية والتشاركية التي تتيحها تطبيقاتها. وفي ضوء أن هايبرماس قد انتقد وسائل الإعلام الإلكترونية "الراديو والتليفزيون" لافتقارها لعنصر التحاور وجها لوجه، فإن الإنترنت قد أتت الآن لتحقق هذه الوظيفة من خلال الاتصال الآني بين الأفراد والجماعات، كما أنها استطاعت، بما تتيحه من إمكانات هائلة في التفاعل وتخطي حواجز المكان والزمان، أن تتلافى الانتقادات التي وجهت لرؤية هايبرماس التقليدية للمجال العام.[٢]

---

(١) السيد يس، **مرجع سابق**، ص ٢٥

(2) Martin Lister, et al., **Op., Cit.**, P.220

وقد استطاعت الإنترنت أن توفر العديد من السمات التي تجعل المواطنين مشاركين بشكل أو بأخر في الحياة السياسية، وقدمت للمواطنين في الدول الديمقراطية القدرة على أن يكونوا أكثر انخراطا في العملية السياسية، وذلك من خلال:[١]

- حصول المواطنين على معلومات أكثر تعمقا حول موضوعات بعينها بسهولة وبتكلفة ضئيلة نسبيا.
- التعليق وإبداء الرأي في التقارير الإخبارية المنشورة.
- نشر المواطنين لوجهات نظرهم بشكل مباشر.
- الاتصال بأفراد آخرين وتعبئتهم وتنظيمهم في إطار مناصرة قضايا بعينها.

وبالنسبة لمنظمات المجتمع المدني والنشطاء والحركات الاجتماعية، تمثل المنتديات والقوائم البريدية والبريد الإلكتروني، وبشكل متنامي، وسائل فعالة ومنخفضة التكلفة لتوزيع المعلومات البديلة والمضادة للهيمنة، وحشد العمل المباشر إلكترونيا وعلى أرض الواقع أيضا، ومناقشة القضايا، بل وفي بعض الأحيان تتخطى ذلك لتصبح أداة لاتخاذ القرار الداخلي. ولهذا السبب، كثيرا ما يقال إن أهمية الإنترنت تتزايد فيما يتعلق بتعزيز المجال العام. ويذهب البعض أيضا إلى أن الإنترنت لديها القدرة على تخطي السياق المحلي أو القومي وبناء حيزات عامة تعبر الحدود المحلية أو القومية.[٢]

وقد ساعدت نشأة وتطور الإنترنت على ظهور مجال عام اجتماعي جديد يخضع لمثالية هايبرماس إلى حد كبير، حيث يمارس فيه الكتاب والمواطنون

([1]) Sarah Oates, **Op., Cit.**, P.168
([2]) Olga Guedes Bailey, et al., **Op., Cit.**, P.151

حريتهم في مناقشة القضايا العامة ومعارضة النظم السياسية التي ينتمون إليها، وهو ما يطلق عليه البعض الفضاء المعلوماتي "Cyber Space"، فقد ساعدت الإنترنت على نشر وتبادل المعلومات والأفكار بين المواطنين بسهولة عبر المدونات والمنتديات والشبكات الاجتماعية الافتراضية وغيرها.[١]

وفي حين ينظر البعض إلى غرف الدردشة والمنتديات والبريد الإلكتروني على أنها أدوات شخصية، تشير الدراسات إلى أنها وسائل يمكن من خلالها انخراط الشباب في المجال السياسي في نفس الوقت الذي يقومون فيه بالتواصل مع أشخاص آخرين، كما تذهب بعض الدراسات إلى أن الحملة النشطة على البريد الإلكتروني تكون أكثر فعالية من المواقع غير النشطة فيما يتعلق بالتعبئة من أجل قضية أو حدث معين، بالإضافة إلى أن للمدونات تأثيرا سياسيا، حتى وإن كانت ذات طابع شخصي، وأن البودكاست – وخاصة نشر ملفات الفيديو – يقدم فرصة لنشر معلومات وتوزيع مواد إعلامية يمكنها تحدي الوضع السياسي القائم.[٢]

ويطرح سكوت Scott وسترايت Straight أربعة أسباب توضح جاذبية الإنترنت الشديدة بالنسبة للمجتمع المدني، بما يجعلها تلعب دورا متزايد الأهمية في تقوية وتدعيم المجال العام من خلال القيام بدور الوسيط في النقاش السياسي وتوسيع نطاق ما هو سياسي، عن طريق:[٣]

- التنسيق بين شبكات الحركات الاجتماعية عبر الحدود دون الحاجة إلى تخطي الشكل التنظيمي الهرمي.
- إحداث تأثير مرتفع دون الحاجة إلى قدر كبير من الموارد.

---

(١) محمود حمدي عبد القوي، **مرجع سابق**، ص١٥٦٢

(2) Sarah Oates, **Op., Cit.**, P.172

(3) Olga Guedes Bailey, et al., **Op., Cit.**, P.152

- احتفاظ المنظمات بالسيطرة التحريرية على المضمون والاتصال الخارجي.
- تفادي المنظمات لسيطرة ورقابة الدولة والتواصل في بيئة آمنة.

ويمكننا هنا أن نضيف نقطة خامسة تسهم بها شبكة الانترنت في تدعيم المجال العام من خلال تعزيز عمل منظمات المجتمع المدني المناهضة لسيطرة الدولة واحتكارات السوق، وهي النقطة المتعلقة بخصائص الاتصال التي توفرها شبكة الإنترنت من آنية Immediacy وتفاعلية Interactivity وإتاحة وصول للمعلومات Accessibility وتشبيك Networking وحفظ واسترجاع للمعلومات Storage and Retrieval، وهي سمات جديدة أضفتها الإنترنت على بيئة الاتصال السياسي في عصر تكنولوجيا المعلومات.

وإذا كانت الإنترنت تعمل، من خلال ما أتاحته من عناصر اتصالية وإعلامية، على تعزيز المجال العام التقليدي، فإنها أيضا تمثل في حد ذاتها مجالا سياسيا وإعلاميا عاما يمكن لكافة المستخدمين المشاركة فيه بآرائهم ووجهات نظرهم بالإضافة إلى تقييم أداء الدولة وانتقاد سلطات الحكومة أو الدعوة إلى احتجاج عام أو التعبئة من أجل حركة اجتماعية أو إصلاحية.

وإذا كانت الصراعات السياسية تتم تقليديا في المجالس النيابية وفي المصانع والشوارع، إلا أنها في المستقبل وفي ضوء إنجازات الثورة الاتصالية ستمارس هذه الصراعات على شبكة الإنترنت ذاتها، وذلك كما نرى في حالة المدونات السياسية المعارضة لاتجاهات النظم السياسية المختلفة، وكما نلاحظ يوميا على الشبكات الاجتماعية التي أصبحت بمثابة

الرافد الإعلامي المناهض للإعلام المهيمن والتقليدي وتشكل مساحة كبيرة في نطاق النضال السياسي للشعوب.[١]

ومنذ عقد الثمانينات تجتاح العالم موجات من التغيير ساهمت في خلق مجالات سياسية جديدة. وقادت الاتصالات عبر الإنترنت هذا التغيير، حيث عملت الشبكة على خلق فضاءات معلوماتية واتصالية جديدة تمخضت عنها مؤخرا الشبكات الاجتماعية الافتراضية. وتلك الفضاءات الافتراضية تقترب من كونها واقعا، حيث يمكن للمستخدم أن يكون صداقات من خلالها وأن يقوم بالتسوق في أروقتها وأن يطرح أفكاره ومنتجاته أيضا وأن يحصل على المعرفة والأخبار، وغيرها من الأنشطة اليومية في حياة الفرد، والتي تشمل أيضا النواحي السياسية مثل: الأمور المتعلقة بالمواطنة والحكومة والانتخابات والمعارضة والديمقراطية وتدفق الملعومات، وبذلك تكون الإنترنت قد خلقت بيئات اجتماعية وسياسية جديدة.[٢]

والشبكة "Network" هنا باتت وكأنها تمثل الفضاء العام الرقمي الجديد، وذلك باعتبارها تعبيرا عن تصاعد الديمقراطية الرقمية، وتجاوزا للفضاء المادي الذي أطر "السوق السياسي" طيلة الأزمنة السابقة على عصر الشبكات. إننا إزاء توسع هائل للمجال العام لم تعرف البشرية مثيلا له منذ اكتشاف المطبعة، وهو مجال يتسع أفقه لباقي المجالات، لا سيما للفئات التي كانت عرضة للإقصاء والتهميش. وبذلك تصبح الشبكات الرقمية فضاء وليس وسيلة إعلامية مثل باقي الوسائل التقليدية التي تسهم في تعزيز المجال العام، بل أصبحت في حد ذاتها مجالا عاما وفضاء إلكترونيا له أدواته وآلياته

([١]) السيد يس، **مرجع سابق**، ص ٢٧

([2]) Robert Hassan & Julian Thomas, **The New Media Theory Reader**, (Open University Press, Berkshire, England, 2006), P.11

الخاصة، حيث يلتقي منطق المعلومة الصرف مع المنطق الاجتماعي الواسع، بمعنى أن يلتقي المنطق العمودي (من الكاتب للقارئ دونما رجع صدى) مع منطق العلاقة التفاعلية بين الأفراد داخل الشبكة على اعتبار انفتاحها ويسر النفاذ إليها والتشارك في مضامينها بشكل آني وسريع وعلى نطاق واسع.[١]

ويتخذ المجال العام على الإنترنت أشكالا عدة، ويمكن أن يتشكل من خلال عدة عوامل، ونورد فيما يلي عددا من الساحات المختلفة للمجال العام القائم على شبكة الانترنت:[٢]

١- المجال شبه السياسي The Para-political Domain

وهوالذي يركز على خلفيات أي موضوع أو قضية مع إتاحة التعبير عن الاهتمامات المشتركة والعلاقات الاجتماعية والهويات المختلفة. ويتكون هذا المجال الإلكتروني للمجتمع المدني من الأشكال المختلفة للنشر الشخصي مثل: مواقع الويب الشخصية ومواقع المنظمات والمدونات والبث الإلكتروني "Web Casting" وساحات النقاش وغرف الدردشة. وفي هذا المجال لا تكون الجوانب السياسية ظاهرة، ولكنها تظل كامنة في أنشطة الأفراد إلى أن يحدث تضارب في المصالح والاهتمامات، وتتجه المناقشات لتحديد القضايا واستخدام الضمير "هم" بدلا من "نحن". وهنا يكشف الشق السياسي عن نفسه.

٢- المجال الصحفي The Journalism Domain

ويشمل هذا المجال كافة مواد الرأي والتحرير والتعليق ويضم: المؤسسات الإعلامية الكبيرة التي اتجهت إلى شبكة الإنترنت لتوسيع

---

(١) يحيى اليحياوي، **مرجع سابق**، ص ٩٣

(2) Peter Dahlgren, **Op., Cit.**, P.167-168

قاعدة انتشارها مثل: الشبكات التليفزيونية واسعة الانتشار والصحف العريقة، إلى جانب المؤسسات الإلكترونية التي تقدم خدمات إخبارية في معظمها ليست من تغطيتها الخاصة مثل: Yahoo News، ومؤسسات الإعلام البديل مثل: Indymedia، بالإضافة إلى المدونات المهتمة بالشئون العامة، وغيرها من التطبيقات المعنية بالرأي والتعليقات.

٣- مجال الدعم التقليدي The Traditional Advocacy Domain

ويشتمل على عمليات الاتصال السياسي التي تمارسها مؤسسات مجتمعية وجماعات تهدف للترويج لقيم سياسية من أجل المساهمة في تشكيل الرأي العام والتأثير على متخذي القرار. ويضم هذا المجال الأنشطة الإلكترونية للأحزاب السياسية وجماعات المصالح والاتحادات العمالية والمنظمات غير الحكومية، والتي تطلق حملات للتعبئة على شبكة الإنترنت ويكون لدى البعض منها علاقات بمراكز القوى في المجتمع.

٤- مجال النشطاء البديل The Alternative Activist Domain

ويضم الشبكات المدنية غير الرسمية والمؤسسات القاعدية Grassroot Institutions، والتي لا تدار بالأسلوب الهيراركي المعتاد. ونجد هنا أن الشق السياسي واضح في الأنشطة الإلكترونية لهذه المؤسسات، والتي تمثل في الأساس حركات اجتماعية وجماعات للنشطاء في مجال معين. وغالبا ما تتجه هذه المؤسسات إلى تكوين تحالفات فيما بينها.

ثانيا: المدخل الإعلامي لدراسة الإعلام البديل

يركز هذا المدخل في تعريف وفهم الإعلام البديل على فكرة "البديل". ويطرح هذا المفهوم تفرقة بين الإعلام السائد أو المهيمن Mainstream or Dominant Media في مقابل الإعلام البديل Alternative Media.[1]

وحيث إن ممارسات الإعلام البديلة تعرف بأنها وسائل تربطها بوسائل الإعلام المسيطرة علاقة سالبة، فإنه يجب التشديد على احتمالية هذا المفهوم؛ فما يعتبر بديلا في نقطة زمنية معينة يمكن أن يعرف بأنه مهيمن في نقطة زمنية أخرى. كما أن السياق المجتمعي، بما فيه المناخ الإعلامي، الذي تعمل فيه وسائل الإعلام البديل غير قابل للفصل عن تحديد وتعريف مفهوم "الإعلام البديل".[2]

الهيمنة والتمثيل

يصف داونينج وزملاؤه الإعلام البديل بأنه "صغير النطاق بوجه عام" ويعبر عن "رؤية بديلة للسياسات والأولويات والمنظورات المهيمنة". أي أن هذه الوسائل البديلة تمثل في حد ذاتها أيدولوجية مناهضة للأيدولوجيات المهيمنة في النظام الإعلامي والاجتماعي القائم.[3]

---

(1) Olga Guedes Bailey, et al., **Op., Cit.**, P.45
(2) **Ibid.**, P.45
(3) Downing, j., Audiences and Readers of alternative Media: the absent lure of the virtually unknown, **Media, Culture & Society**, Vol.25, No.5, 2003, P.45

ويركز فكر المنظر الإيطالي أنطونيو جرامسكي على عملية التغير الفكري والسياسي من خلال الأيدولوجيات. وهي عملية يتم فيها تحويل العناصر المختلفة في نظام أيديولوجي راسخ ومستقر إلى نظام جديد. ولا تحدث صراعات جرامسكي بين الأيدولوجيات من خلال استبدال نمط كلي متكامل للتفكير بنظم أخرى للأفكار؛ فالصراعات الأيدولوجية تحدث من خلال استراتيجية سياسية تتضمن صراعا طويلا ومتقطعا حول هيمنة الجماعة السائدة. إنها لا تعمل فقط عندما يحاول الناس مقاومة أو الإطاحة بأيدولوجية راسخة من أجل أيديولوجية جديدة تماما، بل أيضا عندما يحدث خللا واضطرابا في الأيديولوجيات القائمة من خلال تغيير معانيها.[١]

وتعد أحد أسباب وجود الإعلام البديل هو التعبير عن أيديولوجيات أولئك الممثلين بدرجة غير كافية أو مشوهة في قنوات الاتصال المهيمنة. كما أن وسائل الإعلام التقليدية هي الأخرى تعد أيديولوجية في حدا ذاتها لأنها تعيد إنتاج الواقع، وتعطي الأولوية لأفكار الأطراف الاجتماعية الفاعلة الرئيسية كالدولة ورجال السياسة والقطاع الخاص على حساب وجهات نظر الأقليات المحرومة من الامتيازات في المجتمع المدني.[٢]

فعلى سبيل المثال: في تغطيات معظم وسائل الإعلام المهيمن لأحداث العنف المتوالية التي أعقبت ثورة الخامس والعشرين من يناير في مصر، قدمت هذه الوسائل التقليدية معاني وترميزات تشير ضمنا إلى أن مجموعات المحتجين يتسمون بالهمجية والفوضى وعدم التوحد أو أنهم من البلطجية أو المندسين الذين يستهدفون تخريب الممتلكات العامة والعبث بمقدرات البلاد أو

([1]) Olga Guedes Bailey, et al., **Op., Cit.**, P.41
([2]) **Ibid.**, 42

أنهم يفتقدون إلى المعرفة بأمور السياسة وإلى الخبرة الاجتماعية. وقد استخدمت وسائل الإعلام الإخبارية المهيمنة مصادر رسمية للمعلومات والرأي، وفي أحيان كثيرة حرمت المحتجين من إبداء وجهات نظرهم. ومن خلال هذا التمثيل الإعلامي أهدرت هذه الوسائل فرصة إعلام العامة بشأن أحداث العنف من منظورات متنوعة ومختلفة.

وتقدم ممارسات الإعلام البديلة معلومات ووجهات نظر غير متاحة – بل ومستبعدة – في وسائل الإعلام المهيمنة، وهذا ما يذهب الكثيرون إلى أنه يمثل الوظيفة الأساسية والأكثر بروزا لهذه الوسائل البديلة.[١]

وتعمل وسائل الإعلام البديل على الربط بين فئات اجتماعية مختلفة تتمثل في القوى الاجتماعية والثقافية والنشطاء المدنيين والمناصرين لحرية الرأي والتعبير. وتقوم هذه الوسائل بالوظائف الآتية:[٢]

- الاهتمام بنشر الآراء البديلة للجماعات المهمشة والأقليات.
- مناهضة هيمنة وسائل الإعلام التقليدية.
- تمثيل اتجاهات مناوئة للأفكار والاتجاهات السائدة في المجتمع.
- تبني قضايا وموضوعات لا يهتم بها الإعلام المهيمن، أو يقدمها بشكل يفتقر للموضوعية.
- التعبئة وخلق التضامن ضد سياسات النظام السياسي القائم.

([1]) Kate Coyer, et al., **Op., Cit.**, P.91

([2]) Lee, Jinsun, **"Reconceptualizing Alternative Media in the Global Age"**, paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, San Francisco, May 23, 2007. Retrieved on June 14, 2011, from: http://www.allacademic.com/meta/p170550_index.html

والتمثيل في وسائل الإعلام التقليدية لا يشوه الواقع بشكل صريح ومباشر بقدر ما يوفر، بطريقة تدريجية وممتدة عبر الزمن، المعاني التي يتم بواسطتها إنشاء الواقع بفاعلية.[1]

فعلى سبيل المثال: ساهمت وسائل الإعلام المهيمنة في عهد مبارك في مصر في تكريس إحساس المواطنين بوجود فتنة طائفية تهدد دائما السلام الاجتماعي. وأكدت في تغطياتها وتفسيراتها للأحداث على تقسيم "المسلمين في مقابل الأقباط"، مما كان له الأثر في ترسيخ هذه المعاني لدى المواطنين بمرور الوقت.

ومن هنا تسعى وسائل الإعلام البديلة إلى تقديم تمثيلات مختلفة للأحداث لتعطي معاني تسهم في تشكيل صور ذهنية مضادة للأيديولوجيات المهيمنة التي تنقلها وسائل الإعلام التقليدية، وهي تتبع في ذلك أساليب مختلفة في تغطية الأحداث وتركز على جوانب فردية وشخصية أكثر بدلا من الرؤية السردية والقصصية التي تميل للعقلانية، وهو الأسلوب الذي تتسم به وسائل الإعلام التقليدية.

إن الإنترنت بوجه عام، والمواقع الاجتماعية بوجه خاص، جاءت لكي تشكل عالما افتراضيا جديدا يفتح الباب على مصراعيه للأفراد والجماعات والتنظيمات بمختلف أنواعها لتتنفس نسمات حرية غير مسبوقة من جانب، وإسماع صوتها للآخرين من جانب أخر، وذلك عبر مواقع عدد من الصحف الافتراضية الجديدة والمواقع الإخبارية والمنتديات والقوائم البريدية والمواقع الشخصية لبعض السياسيين ورجال الدين والأفراد العاديين. ومن هنا فإن

([1]) Olga Guedes Bailey, et al., **Op., Cit.**, P.43

ظهور الإعلام البديل وخاصة الممارسات البديلة على الإنترنت جاء كحركة ارتجاعية أو كرد فعل عنيف للواقع الاجتماعي الذي فرضته تكنولوجيا الاتصال بتوفير وسائل نشر بديلة تتمتع بدرجة كبيرة من الحرية وسهولة الاستخدام وانخفاض التكلفة، وذلك للتخلص من سيطرة النخب الإعلامية على وسائل الإعلام التقليدية في المجتمع، وغياب المصداقية في تغطية هذه الوسائل للأحداث.[١]

ويقول آتون فيما يتعلق بالتفرقة بين ما هو سائد وما هو بديل من وسائل الإعلام، إنها مسألة تتعلق بالهيمنة والنفوذ، وبمن لديه القدرة في سياق مجتمعي ما أن يقوم بتحديد الأجندة الإعلامية، ومن هو المستبعد في هذا السياق. إن الإعلام البديل يعني الممارسات الإعلامية التي تهتم بالفئات المستبعدة من الساحات السياسية والثقافية والاجتماعية.[٢]

وترجح العديد من الدراسات أن المؤسسات الإعلامية السائدة تعد أدوات – ليس لبلوغ الديمقراطية – بل لإقرار الهيمنة. وتؤكد الأبحاث على أن وسائل الإعلام السائدة تتجه إلى إعطاء مزايا للمواقف المسيطرة والسائدة بدلا من الترويج لما يعرف بـــ "سوق الأفكار"، والذي يتم من خلاله منح فرص متكافئة لكافة وجهات النظر.[٣]

([1]) شريف درويش اللبان، **مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الإنترنت،** (دار

العالم العربي، القاهرة، ٢٠١١)، ص٦٠

([2]) Kate Coyer, et al., **Op., Cit.**, P.5

([3]) Groshek, Jacob**, "Negotiating Hegemony: Alternative and Mainstream Media Coverage of the Globalization Debate",** paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, May 23, 2009. Retrieved on June 15, 2011, from:

ونلاحظ غياب الحاجات الأساسية لجمهور وسائل الإعلام في حالة تعارضها مع سياسات وأهداف المؤسسات الإعلامية التي تتفق مع سياسات وأهداف القوى المسيطرة في المجتمع. ومن أهم هذه القوى أصحاب رأس المال وشركات الإعلان التي تسعى لاقتناص أكبر حضور لها في المحطات التليفزيونية وعلى صفحات الصحف. وكل ذلك ينعكس على التحريف والتزييف في المحتوى لخدمة أصحاب المصالح والنفوذ، فتفقد هذه الوسائل مصداقيتها في تحقيق وظائفها وثقة الجمهور فيها.[1]

ويرجع بعض الباحثين والكتاب تسمية المؤسسات الإعلامية البديلة بهذا الاسم إلى أنها سلبت وسائل الإعلام التقليدية كثيرا من الأمور بدءا بجمهورها، وبعض العاملين فيها، وإعلاناتها، وحتى سلطتها وهيمنتها على الساحة السياسية والإعلامية. كما أنها تعتبر "بديلة" لأنها تناقش وقائع لم يتم تناولها من قبل في وسائل الإعلام التقليدية، فأصبح الكثير من الأفراد يلجأون إلى الصحافة البديلة لجلب الانتباه إلى القضايا المهمة والجدلية التي تم تهميشها لأسباب متعددة، كما أنها تعد منبرا لمن لا صوت له وتمنح للجماعات المقهورة فرصا للنشر والتعبير والتعليق والنقد بدون رقابة أوضغوط.[2]

لقد أصبحت هذه الوسائل الجديدة تهدد سلطة الوسائل التقليدية وهيمنتها على الأنباء، بل إنها أصبحت بمثابة "سلطة خامسة" تراقب الوسائل المهيمنة،

---

http://www.allacademic.com/meta/p405217_index.html

(1) محمد عبد الحميد، **مرجع سابق**، ص١٨

(2) Lee, Jinsun, **Op., Cit.**, P.15

وتقدم الخطاب المضاد وتكتب التاريخ غير الرسمي وتتفاعل مع الوقائع والأحداث ومع الناس وتفتح آفاقا جديدة لحرية الرأي والتعبير دون سقف أو أجندات مسبقة أو علاقات المصالح.[1]

الجمهور وتحدي الهيمنة

تطورت علاقة الجمهور بوسائل الإعلام عبر التاريخ وأخذت هذه العلاقة أشكالا عامة مختلفة وتطور دور الجمهور المتلقي في مراحل تاريخية مختلفة استنادا إلى التطورات الاجتماعية والتكنولوجية والاقتصادية. ففي البداية كان الجمهور سهل الانصياع والتبعية لكل ما تقوله أو تذيعه وسائل الإعلام، والتي كانت تعد المصدر الأساسي للمعرفة وتطوير السلوك. وبمرور الوقت تطور الأمر لتتسم علاقته بوسائل الإعلام ومخرجاتها بالحرية في الاختيار والانتقاء سواء في التعرض أو الإدراك أو التذكر. وفي مرحلة تالية اتصف بالعناد في الاختيار والاستخدام، ثم التمرد بعد ذلك ورفض الأداء الإعلامي لعدم ثقته في مصداقية المخرجات، ثم أتت بعض المحاولات من جانب وسائل الإعلام التقليدية لتأكيد المشاركة المفقودة. حتى تجلت الصفة الغالبة في وصف هذا الجمهور وهي البحث عن المشاركة والتفاعل مع ظهور الوسائل الجديدة وانتشار استخدمها. لنرى بعد ذلك أن هؤلاء الأفراد يملكون ناصية القول والكتابة والنشر والإذاعة ونقد النظم السياسية والوسائل التقليدية نفسها.[2]

([2]) محمد عبد الحميد، **مرجع سابق**، ص١٢

([1]) **المرجع السابق**، ص٣٧

ويقول بينكلير Benkler : "إن التغير الحاصل في الإعلام الرقمي وتبني الأفراد لثقافة المشاركة قد أثر على سلطة الإعلام، وعلى كيفية تقديم القضايا ومعالجتها، وعلى كيفية غربلة المضامين ومن طرف من ولصالح من، وعلى طريقة تشكيل المواقف وبلورتها".[1]

ويكمن جوهر هذا التغيير في أن الجمهور قد انتزع سلطة وسائل الإعلام التقليدية وقلب الموازين لصالحه، وهذا بفضل تكنولوجيات الاتصال الحديثة وتقنيات الويب ٢ التي عملت على تمكين وزيادة قدرة المواطن الافتراضي (Netizen) وزادت من هيمنته على المواد والرسائل الإعلامية المتداولة، ليس فقط في وسائل الإعلام الجديدة، بل وحتى في الوسائل التقليدية التي أرغمت على التعامل مع المضامين التي ينتجها المواطنون وتبنيها وبثها.[2]

وأدى تطور تقنيات الاتصال إلى قيام الجمهور بدور الناشر والمحرر والمذيع ومنتج المحتوى والكاتب والمصور ومنتج الفيديو والرسومات والمعلق والموثق والمكتبي وكاتب اليوميات والمعلن، وعليه فقد ألغيت الوساطة التي كانت بين الجمهور ووسائل الإعلام بفعل انتشار وسائل الاتصال الحديثة وتطبيقات الإنترنت بين الجماهير وخاصة النشطاء منهم.[3]

([1]) Yochai Benkler, **“The Wealth of Network: How Social Production Transforms Markets and Freedom”**. Retrieved in November, 2011, from: http://www.benkler.org/Benkler_Wealth_of_Networks.pdf

([3]) محمد عبد الحميد، **مرجع سابق**، ص٥٥

([1]) إبراهيم بعزيز، دور وسائل الإعلام الجديدة في تحول المتلقي مرسل وظهور صحافة المواطن، في: **مجلة الإذاعات العربية**، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد الثالث، ٢٠١١، ص٤٨

وفي هذا الصدد يقول جيم هول Jim Hall: "لقد تم إزالة الوساطة التي كانت بين الصحفيين المحترفين والجمهور، فالأدوار التي كانت تقوم بها الصحافة الاحترافية كحارس البوابة Gatekeeper، ومحدد الأولويات Agenda-setter، وكمغربل للأخبار News Filter قد وضعت على المحك، نظرا إلى أن مصادر الصحافة الأولية أصبحت متاحة للجمهور".[١]

وأثناء الغزو الأمريكي للعراق وبعده مباشرة، أعادت العديد من الصحف في أوروبا والولايات المتحدة نشر مقتطفات من مدونة "سلام باكس"، وأصبح باكس بعد ذلك محررا بصحيفة الجارديان البريطانية. وقد تم نشر آرائه النقدية في الكثير من الصحف الأخرى في أوروبا والولايات المتحدة وقام بإعداد مجموعة من الأفلام الوثائقية عن الحرب تم بثها على البي بي سي. وبذلك تحول باكس من مواطن عراقي ينقل معاناة مواطنيه خلال الحرب الأمريكية في مدونته إلى مراسل حربي أجنبي وصانع أفلام. لقد انضم إلى الإعلام المسيطر لكنه لم يفقد هويته كصوت بديل.[٢]

ويقترح ماكينون Mackinnon استبدال مصطلح "**الجمهور**" بمصطلح "**مجتمع المعلومات**".[٣]

ففي الماضي، كان ينظر لدور الاتصال في المجتمع الإنساني على أنه أداة لإخبار الناس والتأثير عليهم. ولكن الآن يجب النظر إلى الاتصال باعتباره عملية للتفاعل الاجتماعي من خلال التبادل المتوازن للمعلومات والخبرات. هذا التحول في فهم طبيعة الاتصال يفرض سيطرة الحوار على

([1]) Jim Hall, **Online Journalism: A Critical Primer**, (Pluto Press, London, 2001), P.53

([2]) Olga Guedes Bailey, et al., **Op., Cit.**, P.123

([3]) **Ibid.**, P.117

الخطاب التقليدي ذي الاتجاه الواحد. ويكون هدف العملية الاتصالية هو خلق نظام للتواصل الأفقي يقوم على توزيع متكافئ للموارد والتجهيزات بما يمكن كافة الأفراد في المجتمع من القيام بدور المرسل إلى جانب دورهم التقليدي كمتلقين.[1]

ولقد انتبهت الصحافة التقليدية إلى أهمية نشاط المواطنين الإعلامي البديل على شبكة الإنترنت، وتوافقت صحف مثل "واشنطن بوست" و"نيويورك تايمز"، ومواقع مثل البي بي سي، وأصحاب مؤسسات مثل روبرت مردوخ على أن صفحات المدونات لها أهمية كبيرة، فأسس الأخير موقع MySpace كواحد من أوائل مواقع الشبكات الاجتماعية، وأنشأت هذه الصحف صفحات للتدوين لصحفييها وقرائها، وعلى سبيل المثال تنشر "هيرالد تريبيون" الدولية مقالات يكتبها مواطنون عاديون ممن لهم أنشطة إعلامية على موقع Oh My News الإلكتروني الإخباري الكوري، الذي يعتمد في تحريره على أخبار وموضوعات يكتبها مواطنون عاديون.[2]

وقد أدى تضييق السلطات على الصحفيين المحترفين واضطهادهم إلى اللجوء إلى صحافة المواطن كإعلام بديل، ويحدث هذا بالخصوص مع القنوات المعارضة التي قد تمنع من فتح مكاتب في بعض البلدان، مما يجعل "الصحفيين المواطنين" من أنجح السبل للحصول على المعلومة والخبر

---

(1) Pantelis Vatikiotis, **Communication Theory and Alternative Media**, Retrieved May 2012, from: http://www.westminster.ac.uk/data/assets/pdf_file/0018/20187/002WPCC/PantelisVatikiotis.pdf

(1) عباس مصدفى صاق، **مرجع سابق**، ص ١٩٧

الصحفي، وما يحدث في إيران والصين أكبر دليل على ذلك. كما تلجأ بعض وسائل الإعلام إلى المواطنين في تغطية بعض الأحداث الكبرى مثل الحروب والكوارث، فعلى سبيل المثال: أدركت قناة البي بي سي أثناء حرب العراق أنها لن تقدر على نشرصحفييها في جميع مواقع الأحداث، وهو ما جعلها تطلب من جماهيرها إرسال صورهم التي يلتقطونها لأحداث الحرب كي تقوم بنشرها على موقعها الإلكتروني.[1]

وحاولت قناة CBS الأمريكية استجلاء اتجاهات جمهور الشباب الذي يستخدم المواقع البديلة على الإنترنت وآرائهم في وسائل الإعلام الرئيسية ضمن موادها الإخبارية المختلفة التي بثتها خلال النصف الأخير من عام ٢٠٠٦. وقد أكدت القناة على أن ثمة اعتقادات لدى هؤلاء الأفراد من الجمهور بأن وسائل الإعلام الرئيسية لن تكون عادلة وموضوعية وحيادية طوال الوقت، ومن ثم فإنهم يعمدون إلى التعرض والتواصل مع مصادر إخبارية أخرى، كما أنهم يعتقدون أن لديهم القدرة على الاضطلاع بأدوار المصادر البديلة التي تعرض الجوانب المختلفة للواقع، نظرا لتراجع ثقتهم – عبر الوقت – في وسائل الإعلام السائدة في المجتمع الأمريكي. وفي هذا السياق يحذر ديفيد بارك وآخرون من أن اقتصار وسائل الإعلام التقليدية على المصادر النخبوية الرسمية واعتمادها المتزايد على تلك المصادر يعد تهديدا وانتهاكا لديمقراطية الإعلام في السياقات الديمقراطية المستقرة، بما في ذلك الولايات المتحدة الأمريكية.[2]

([2]) إبراهيم بو عزيز، **مرجع سابق**، ص٤٩

([1]) خالد صلاح الدين، دور الإعلام التقليدي والجديد في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو الديمقراطية في مصر، **مرجع سابق**، ص٨٤٠

وبذلك نرى مدى التحول الذي حدث في طبيعة جمهور وسائل الإعلام، حيث أصبح الآن بمثابة المصدر الإخباري والصحفي والمصور والناشر، كما أنه يقوم بتقييم وسائل الإعلام المختلفة ويكشف مساوئها، بل ويقدم أيضا المحتوى البديل لما تعرضه من مضامين.

التقارب والتنافر بين السائد والبديل

لم يقر هابيرماس بوجود المجال العام البديل فقط، وإنما اعترف أيضا بقدرته على تحدي الهيمنة. وترجح الأدلة العلمية أن وسائل الإعلام البديل تواصل جذب أعداد متنامية من الجماهير، في مقابل تقلص جماهير الوسائل السائدة.

فعلى سبيل المثال: أظهر التقرير السنوي للصحافة الأمريكية في عام ٢٠٠٤ أن الصحف الإخبارية الأسبوعية البديلة قد حققت نموا في أعداد الجماهير من ٣ ملايين في عام ١٩٩٠ إلى ما يقرب من ٨ ملايين في ٢٠٠٢. كما أشارت نتائج استطلاع رأي أجراه مركز "بيو" الأمريكي للبحوث في إبريل عام ٢٠٠٤ إلى أن ٦٠ % ممن تم استطلاع رأيهم قالوا إنهم يقرأون الصحف اليومية بانتظام، وهي أقل نسبة تم تسجيلها منذ بداية إجراء "بيو" لبحوث تطرح أسئلة من هذا النوع عام ١٩٩٠.[1]

ويرى البعض أن الإعلام البديل في عصر الإنترنت يعتبر استجابة لجمود الإعلام السائد أو تكلس معظمه وتبعيته لجهات رسمية. وقد ارتبط الإعلام السائد بالرقابة والأحادية وضعف الأداء وغير ذلك من المعوقات. وهناك آليتان شائعتان تواكبان هذا النوع من الإعلام: "الغربلة" وتحديد الأولويات.

([1]) Groshek, Jacob, **Op., Cit.**, P.24

وتشير الغربلة أو حراسة البوابة Gate Keeping إلى قدرة شخص أو قسم أو جهة رقابية على منع أو إجازة أو تحرير ما يتم نشره أو بثه. أما تحديد الأولويات فيعني قدرة وسائل الإعلام على جذب اهتمام الجماهير إلى قضايا أو شخصيات محددة، ودفع قضايا وشخصيات أخرى إلى الظل، وهو ما يعرف بظاهرة "**التهميش الإعلامي**". وتقع الجماهير ضحية هاتين الآليتين؛ فالنخب الواقفة على الأبواب والمتحكمة في انسياب المعلومات وتدفق الأخبار تضيق مساحة التنوع وتفرض رواية واحدة للأحداث.[١]

وكانت أول العوامل التي استحثت الجمهور على التحول إلى الوسائل البديلة على الإنترنت هو غياب المصداقية في الوسائل التقليدية، حيث لم يعد هذا الجمهور يشعر بأنها تخدم مصالحه وتلبي حاجاته المعرفية، بعد أن لاحظ على صفحات الصحف وشاشات التليفزيون وبشكل متكرر أن رواية الأخبار قد تشوه وتحرف إما لتحاشي إفساد العلاقات مع المعلنين أو لحماية مصالح هذه الوسائل التقليدية، بعد أن غدت جزءا من السلاسل التجارية والصناعية ذات المصالح التجارية التي تتجاوز أهداف الوسائل ذاتها. ويقول آيدن ويلي الأمين العام للاتحاد الدولي للصحفيين *"إننا نشهد الآن سيطرة خفية من الشركات التي تتحكم في المعلومات، وفي الطريقة التي تصل بها المعلومات إلى الناس. إننا نواجه خطرا على التنوع الإعلامي. وما لم نقم بإجراء يضمن الاستقلال الصحفي، سوف يكون هناك حراس على أبواب تدفق المعلومات يحددون المعلومات بما يتناسب مع استراتيجيات السوق"*.[٢]

---

(٢) شريف درويش اللبان، **مرجع سابق**، ص٩٠

(١) محمد عبد الحميد، **مرجع سابق**، ص١٤

وأصبحت وسائل الإعلام التقليدية – والتي كانت تعتبر نفسها أداة للرصد والمراقبة – تتغافل عن كثير من الوقائع والموضوعات في إطار حساباتها الخاصة ومصالحها الذاتية وعلاقاتها مع القوى الرئيسية في المجتمع. فعلى سبيل المثال عندما كان الإعلان عن التبغ ما يزال مسموحا به في الولايات المتحدة على شاشات التليفزيون، وجدت صلة بين مقدار عوائد الإعلانات عن التبغ التي تحصل عليها الشبكات واستعدادها للدخول في حوار حول الآثار الصحية للتدخين.[1]

ويعتبر سلوك روبرت ميردوخ مثالا صارخا على التحكم في المعلومات لدعم المصالح التجارية، ففي سعيه للحصول على شريحة كبيرة من كعكة وسائل الإعلام الصينية، بذل ميردوخ جهدا كبيرا للظفر بمودة السلطات الصينية، حتى أنه في عام ١٩٩٤ حذف برنامج الإذاعة البريطانية العالمي من قمره الصناعي Asian Star TV ، بعد أن انتقد هذا البرنامج حوادث القتل التي وقعت في ميدان "يتان آن مين" على يد سلطات الدولة.[2]

وهذا يعني أنه في لحظة ما من تاريخ وسائل الإعلام بدأ الناس ينفضون من حول الوسائل التقليدية لأسباب متعددة يتصدرها غياب المصداقية التي لمسها هؤلاء الأفراد فيما ينشر أو يذاع ويكون مرتبطا بالسلطة أو أصحاب النفوذ ودوائر المال والأعمال، وأن هؤلاء الناس وجدوا ضالتهم فيما قدمته تطورات شبكة الويب من خدمات إنشاء المواقع الشخصية وتطويرها وتكوين الشبكات الاجتماعية وإمكانية نشر الأخبار المكتوبة والمسموعة والمرئية

([2]) **المرجع السابق**، ص١١

([1]) **المرجع السابق**، ص١٥

وتبادل المعلومات والتعليق عليها مما مهد الطريق لتشكيل إعلام بديل للوسائل التقليدية.[١]

ويفرق إينزينسبرجر Enzinsberger ما بين "**الاستخدام القمعي**" لوسائل الإعلام، والذي يتم فيه التحكم بشكل مركزي في هذه الوسائل وتدفق رسائلها، التي ينتجها متخصصون لأفراد معزولين، في اتجاه واحد ليتم تلقيها بشكل سلبي، وبين "**الاستخدام التحرري**" لوسائل الإعلام، وهو الذي يتسم باللامركزية ويربط بين مجموعات من الأفراد ويعزز التفاعل بينهم، ويتم إنتاج الرسائل الإعلامية بشكل جمعي واستخدامها بإيجابية، بما يشجع على التعبئة الجماعية. إن هذا النموذج الجديد لفهم عملية الاتصال يطرح مفهوما جديدا أيضا للسياق الاجتماعي، الذي يشيع فيه اتجاه الأفراد إلى استخدام وسائل إعلام صغيرة، وتتجه فيه المؤسسات الإعلامية الضخمة ذات المحتوى المهيمن إلى الاندثار.[٢]

ويرى شيفر Schiffer أن ما يطلق عليه مصطلح "**نحن الإعلام**" (We Media) يمكن أن يشكل مشكلة للصحفيين التقليديين ولغرف الأخبار التقليدية ويسبب خلطا لدى مستهلكي الأخبار أيضا. ويضيف شولتز Shcultez في هذا الصدد أن وسائل الإعلام قد تنازلت تقريبا عن سيطرتها الكاملة على عمليات إنتاج المحتوي وتوزيعه لصالح المواطنين العاديين، والذين يمارسون العمل الإعلامي، مدفوعين في ذلك بالرغبة في التعبير عن أرائهم وإحداث تغيير في الرأي العام. ويصف كل من شيفر وشولتز المواطنين الصحفيين بأنهم: صغار السن وغير مدربين على المهارات الإعلامية ولا يتقاضون

([٢]) **المرجع السابق**، ص١٠

([2]) Pantelis Vatikiotis, **Op., Cit.**, P.27

أجرا على عملهم الإعلامي وعلى درجة كبيرة من التعليم ولكن ليس في مجال الصحافة. وهذا يعني أن المواطنين الصحفيين لا يتقيدون بالممارسات الصحفية التقليدية مثل: التغطية المحايدة والمتوازنة والأخلاقية.[1]

ويقول فيصل أبو عيشة في كتابه عن الإعلام الإلكتروني إن مواقع الصحافة البديلة على الإنترنت قد أحدثت بلبلة للعديد من المؤسسات الإعلامية التقليدية، وذلك من خلال نشرها وقائع لا يريد أحد نشرها، وأربكت بعض الأجهزة الحكومية التي تريد إخفاء معلومات بعينها عن الناس وقامت هذه المواقع بنشرها بالصور التي لا تكذب.[2]

وقد خلص الباحثون المعنيون برصد مستويات الاعتماد على الإعلام الجديد – وبخاصة المدونات السياسية – من قبل الرأي العام، إلى أن تأثير الممارسات الإعلامية البديلة يأخذ مسارين، أولهما: **المسار المباشر**، والذي يتسم بالمحدودية، حيث يتم الوصول إلى مستخدمي الإنترنت فقط، وبالتحديد متصفحي المواقع التي تقدم الخدمات الإعلامية البديلة دون غيرهم من القطاعات العريضة التي تشكل الرأي العام. وثانيهما: **المسار غير المباشر**، والذي يتسم بالاتساع والامتداد، ووفقا لهذا المسار يتم التأثير في أجندة وسائل الإعلام التقليدية ومن ثم تصل أطروحات ممارسي الإعلام البديل إلى قطاعات عريضة من الجماهير عبر هذه الوسائل التقليدية.[3]

([1]) Leach, Jan. & Gilbert, Jeremy, **"Can This Marriage Be Saved? The Love-Hate Relationship Between Traditional Media and Citizen Journalism",** Retrieved on March, 2012, from: http://www.allacademic.com/meta/p434340_index.html

([1]) فيصل أبو عيشة، **الإعلام الإلكتروني**، (دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠١٠)، ص٢٢٢

([2]) خالد صلاح الدين، دور الإعلام التقليدي والجديد في تشكيل معارف الرأي العام

وإذا كانت وسائل الإعلام التقليدية قد أفادت الممارسات البديلة من خلال تعريف الجمهور بهذا الوافد الجديد إلى الساحة الإعلامية، فإن ممارسات الإعلام البديل على الإنترنت بدورها قد أفادت وسائل الإعلام التقليدية، حيث تنبع أهمية هذه الممارسات من أن أغلبها يغطي في بعض الأحيان حوادث تقع دون سابق إنذار ويتصادف وجود شخص أو أكثر في منطقة الحدث وينقله عبر مدونته أو حسابه الشخصي على اليوتيوب أو إحدى الشبكات الاجتماعية، لتقوم الوسائل التقليدية بعد ذلك ببث هذه الصور لجمهورها.[١]

فعلى سبيل المثال: بعد حادث المذبحة التي شهدتها جامعة فيرجينيا الأمريكية عام ٢٠١١ والتي راح ضحيتها أكثر من ٣٠ شخصا، لجأ إعلاميون من كبريات المحطات وشبكات التليفزيون مثل: "سي بي إس" و "نيو وورلد" و "إم تي في نيوز" وغيرها إلى مواقع المدونات بحثا عن تعليقات لشهود عيان تروي تفاصيل الحادث والدوافع التي أدت إلى ارتكابه.[٢]

وعلاوة على كون **المدونات** مصدرا للأخبار في وسائل الإعلام التقليدية وهدفا للتغطية الصحفية والتليفزيونية ووسيلة لتقديم التغطية التمهيدية للأحداث التي يمكن للصحافة التقليدية وبرامج الحوار على القنوات الفضائية أن تقدم تغطيات متعمقة حولها، فإن المدونات استطاعت أن تكشف عن مواهب صحفية جديدة قامت الوسائل التقليدية باستقاطبها للعمل معها مثل المدون المصري عبد المنعم محمود صاحب مدونة "أنا إخوان" الذي أفردت له صحيفة "الدستور" صفحة في العدد الأسبوعي لها لكي يقدم تغطية عن

واتجاهاته نحو الديمقراطية في مصر، **مرجع سابق**، ص٨٤٢

(١) شريف درويش اللبان، **مرجع سابق**، ص٥٠

(٢) **المرجع السابق**، ص٤٥

المدونات. ولا يمكن إغفال قيام مواقع الصحف الإلكترونية بتقديم روابط داخل مواقعها للمدونات التي تتفق معها في توجهاتها الإعلامية.[١]

وبغض النظر عن الآثار سلبية كانت أم إيجابية، فإن ممارسات الإعلام البديل تشق طريقها في المشهد الإعلامي الحالي. ولم يعد ممكنا للصحفيين في المؤسسات الإعلامية التقليدية أو مدرائها أو مالكيها أن يتجاهلوا المنافسة مع الإعلام البديل. ويبدو أن مؤسسات إعلامية عريقة تتجه إلى اعتناق ممارسات إعلامية تنتمي إلى ما يطلق عليه صحافة المواطن، ذلك في الوقت الذي تحاول فيه أن تفرق بين الإعلام الذي تقدمه وذلك المقدم عبر ممارسات إعلام المواطنين.[٢]

إن العلاقة بين الإعلام التقليدي والبديل تنطوي على اختيارات أكبر لمستهلكي الخدمات الإعلامية. ويبدو أن الارتباط بينهما يثري الساحة الإعلامية. وقد طور هذان النوعان من الإعلام علاقات معقدة تشتمل على روابط ملحوظة.[٣]

ويتحدث آتون Atton عن ثلاثة أنماط للعلاقة بين الإعــلام التقليــدي والبديل:[٤]

الأول: التصادم Collision

وذلك عندما تتعارض الأجندات الإخبارية للوسائل التقليدية مع مصادر الإعلام البديلة مثلما حدث مثلا في تغطية الاحتجاجات التي وقعت في سياتل

([٣]) **المرجع السابق**، ص٥١

([2]) Leach, Jan. & Gilbert, Jeremy, **Op., Cit.**, P.10
([3]) **Ibid.**, P.12
([4]) Kate Coyer, et al., **Op., Cit.**, P.144

على ممارسات منظمة التجارة العالمية عام ١٩٩٩، إذ صورت المصادر البديلة ما يحدث في الاحتجاجات واعتداءات الشرطة على المتظاهرين بالغازات والرصاص المطاطي وعملت على نقل وجهات نظر المحتجين، فيما اكتفت الوسائل التقليدية بالإشارة إلى وقوع الاحتجاجات واستشهدت بآراء ومعلومات من قبل مصادر رسمية.

الثاني: التداخل Incorporation

وذلك عندما تستعين الوسائل التقليدية بمصادر إخبارية بديلة تكون بمثابة وجهات نظر معارضة من أجل الإيفاء بحاجة الوسائل التقليدية إلى تقديم صراعات. أو عندما تقوم الوسائل التقليدية بتقديم المصادر باعتبارها شهود عيان، وذلك من أجل حاجة هذه الوسائل للتركيز على الجوانب الإنسانية في تغطية الأحداث.

الثالث: التنافسية Dissidence

وذلك عندما تصبح التغطيات البديلة ذات قيمة إخبارية لدى وسائل الإعلام التقليدية. ويحدث ذلك عندما يتعذر على الوسائل التقليدية تغطية بعض الأحداث وتستعين هنا بالمواد الإعلامية التي أنتجتها مصادر بديلة.

على أن أهم متغير يمكن ملا حظته حول نمو الصحافة البديلة أو صحافة المواطنين يتمثل في قيام بعض المؤسسات الصحفية التقليدية الكبري بتبني ممارسات هذا النوع من الصحافة. فعلى سبيل المثال عملت جانيت "Gannett"، وهي أكبر شبكة للصحف في الولايات المتحدة الأمريكية، على إحداث تغيير جذري في الطريقة التي تجمع بها الأخبار وتقدمها عبر تضمين

عناصر "صحافة المواطن" التي يخلقها القراء، مستثمرة في ذلك النقاشات الجارية على الإنترنت لإعداد قصص إخبارية. وللشركة نحو ٩٠ صحيفة منها "يو إس إيه توداي".[١] ويشير ديكون Deacon إلى وجود عدة صعوبات في استخدام وسائل الإعلام التقليدية لتقديم وجهات نظر غير سائدة أو بديلة، ويرجع ذلك للأسباب التالية:[٢]

١- تلتزم الوسائل التقليدية بمعايير راسخة لتحديد ما يمكن اعتباره "خبرا" أم لا.
٢- محدودية الوسائل التقليدية في تمكين القطاعات المهمشة والمضطهدة أو المستغلة في المجتمع.
٣- تلتزم الوسائل التقليدية بأجندة صحفية تتسم بالمهنية.
٤- تعتمد الوسائل التقليدية على النظام الرأسي (الهيراركية)، وتقيم مصادر أخبارها بناء على معيار مصداقية هذه المصادر لديها.
٥- لا يستم العمل في الوسائل التقليدية بالديمقراطية غالبا، كما أنها تفضل إبراز المؤسسات التي تتحدث بنفس أسلوبها.

والتقسيم الثنائي للإعلام ما بين "**سائد**" و "**بديل**" لا يكون دائما بالوضوح الذي قد يعتقده البعض للوهلة الأولى. وتوجد أدلة عملية على وجود أشكال متنوعة من التداخل بين ما هو بديل وما هو سائد في الممارسات الإعلامية والصحفية، بما يدعم فكرة تناول العلاقة بين النوعين من الإعلام على أنها تتسم بالاستمرارية وليس الشقاق، ومما يؤدي إلى بزوغ كوادر متنامية من

([1]) Leach, Jan. & Gilbert, Jeremy, **Op., Cit.**, P.12
([2]) Kate Coyer, et al., **Op., Cit.**, P.147

الصحفيين "الهجين"، الذين ترتكز أحد أقدامهم في ساحة إعلامية وتجنح الأخرى نحو الساحة الإعلامية المقابلة. وعلى سبيل المثال، وجد أنه على الرغم من استعانة الصحافة البديلة غالبا بالمواطنين العاديين، إلا أن هناك أدلة تشير إلى لجوئها إلى مجموعات من المصادر النخبوية البديلة التي دائما ما تظهر في تغطيتها للأحداث. إلا أن ذلك لا ينفي حقيقة التناقضات بين الإعلام السائد والممارسات الإعلامية البديلة التي تسعى لتحدي ما يقدمه من رؤى للعالم.[1]

وتكمن خطورة الرؤية الثنائية للإعلام كبديل في مقابل السائد في إمكانية أن يدفع ذلك البعض إلى اعتبار الشكلين من الممارسات الإعلامية منفصلين تماما. ولمواجهة تلك الخطورة، قام آتون Atton بوضع مدخله عن "**الهيمنة**"، والذي يتحدث فيه عن مجموعة من العلاقات المعقدة بين الإعلام السائد والإعلام البديل، تلك العلاقات التي فشلت نماذج التقسيم الثنائي السابق في تحديدها. ويسمح هذا المدخل بوجود حدود متحركة بين ساحتي الإعلام السائد والبديل، وهذه الحدود – تبعا لآتون – تعد نتاجا لطبيعة مجتمعات معينة في أوقات بعينها، وعلى ذلك فإنه يمكن اعتبار شكل من أشكال الممارسة الإعلامية في وقت ما وفي سياق ما "بديلا"، في حين أنه قد يكون في وقت لاحق أو مجتمع أخر "سائدا" أو العكس.[2]

وعلى سبيل المثال، من الصعب اعتبار "الجزيرة" قناة إعلام بديل، إذا أنها واحدة من عدد قليل من المحطات التليفزيونية الإخبارية الدولية، كما أنها توظف لديها مقدم البرامج المعروف عالميا دافيد فروست. ولكن عند النظر إلى ما تقدمه الجزيرة من محتوى يخالف الصورة التقليدية التي يقدمها

([1]) Peter Dahlgren, **Op., Cit.**, P.175-176
([2]) Kate Coyer, et al., **Op., Cit.**, P.5

الإعلام الغربي عن العالم الإسلامي، فإنه يتضح أنها تقدم رؤية إعلامية "بديلة"، وليس أدل على ذلك من محاولة الولايات المتحدة إسكاتها عن طريق قصف مقرها في بغداد في حرب العراق الأخيرة.[1]

وفي حين يعارض البعض كيفية التمييز بدقة بين وسائل الإعلام البديلة ووسائل الإعلام السائدة. ويناقشون الفروق بين كلا النوعين، إلا أنهم يرون أن هذه التفرقة قد تكون مفيدة للتعرف عليهما. ويقترح البعض أنه قد يكون لدى منتجي المحتوى البديل توجه غير هادف للربح أو أنهم قد اختاروا ببساطة أن يصمموا محتوى بديلا. إلا أن آراء أخرى تشير إلى أن مثل هذه الوسائل الإعلامية تم تشخيصها على أنها بديلة من قبل نقاد وسائل الإعلام السائدة. ويعتقد البعض أن وسائل الإعلام البديلة يجب أن تعمل كمؤسسات لإنتاج المعلومات المضادة Counter Information، وذلك بغرض دعم الحراك الاجتماعي والسياسي Social-Political Action وتوصيل الحقائق والآراء.[2]

البديل في مقابل السائد ... التنظيم والمحتوى

هذا المدخل لتعريف الإعلام البديل يعرف الوسائل البديلة باعتبارها بدائل لوسائل الإعلام المسيطرة، ومكملة لها أيضا على مستوى التنظيم والمحتوى.

فعلى المستوى التنظيمي: يبين عمل وسائل الإعلام البديلة أن وسائل الإعلام يمكن أن توجد بشكل مستقل عن الدولة والسوق. وتظهر الوسائل

([1]) **Ibid.**, P.5

([2]) شريف درويش اللبان، **مرجع سابق**، ص٤٧

البديلة أن الوجود "كقطاع ثالث" – بين السوق والدولة – لا يزال خيارا أمام المنظمات الإعلامية. كما تبرهن وسائل الإعلام البديلة ذات الهياكل الأكثر أفقية على أن الأساليب البديلة للتنظيم والهياكل الأكثر توازنا أو أفقية تظل خيارات فعلية.[١]

وعلى مستوى المحتوى: يمكن أن تطرح وسائل الإعلام البديلة أيديولوجيات وتمثيلات وخطابات مختلفة عن تلك الصادرة من وسائل الإعلام المسيطرة، وتنبع هذه الاختلافات من مستوى المشاركة الأعلى لمختلف الجماعات والمجتمعات المحلية، إلى جانب أن هذه الوسائل البديلة تهدف إلى توفير حيز للتعبير عن المظاهر الثقافية المحلية والأقليات العرقية والقضايا الساخنة في الحي السكني أو المنطقة المحلية. في حين تميل وسائل الإعلام التقليدية لأن تكون موجهة نحو أنماط مختلفة من النخب كما يحدث مثلا في النشرات الإخبارية التي تستقي معلوماتها من المصادر الحكومية، وينتج عن ذلك في أحيان كثيرة ما يسمى بالتحيز الهيكلي. إن توجه وسائل الإعلام البديلة نحو التعبير عن مختلف الحركات الاجتماعية والأقليات والثقافات الفرعية والمضادة وتركيزها على التمثيل الذاتي يمكن أن ينتج عنه محتوى أكثر تنوعا يعكس تعددية الأصوات في المجتمع.[٢]

ولايمكن أن ينصب كون المؤسسة الإعلامية بديلة على تركيز سياستها التحريرية على موضوعات بعينها دون الاخرى. كما أن كون المؤسسة بديلة لا يعني فقط أن محتواها ينحاز إلى اليمين أو اليسار أو الوسط. ولكن كون المؤسسة بديلة يرتبط بكيفية تنظيمها وإدارة العمل بها. وفي معظم الأحيان، تهدف **المؤسسة الإعلامية التقليدية**، عامة كانت أو خاصة، إلى تعظيم

---

(1) Olga Guedes Bailey, et al., **Op., Cit.**, P.47
(2) **Ibid.**, P.48

أرباحها أو "بيع" نخب الجمهور إلى المعلنين، سعيا وراء جني المصدر الرئيسي للدخل، وهو الإعلان. كما أنها دائما ما تنظم بالتماشي مع العلاقات الاجتماعية الهرمية التي يعرفها المجتمع وتساعد أيضا في تعزيزها، إلى جانب أن لها علاقات سيطرة متبادلة مع المؤسسات الاجتماعية الرئيسية الأخرى، وخاصة المؤسسات التجارية.

وفي المقابل، فإن **المؤسسة الإعلامية البديلة** لا تسعى إلى تعظيم أرباحها، كما أنها لاتقوم في الأساس ببيع جمهورها إلى المعلنين في سبيل الحصول على الدخل، ولهذا فهي تسعى لمخاطبة جمهور عريض لا ينتمي إلى النخب، إلى جانب أن هيكلها الداخلي صمم من أجل القضاء على العلاقات الاجتماعية الهرمية التى يحددها المجتمع، كما أنها تختلف بشكل كبير في تكوينها عن المؤسسات الرئيسية في المجتمع وتتمتع بالاستقلال عن هذه المؤسسات، وخاصة التجارية منها. وترى المؤسسات الإعلامية البديلة نفسها جزءا من مشروع يهدف لتأسيس أساليب جديدة في تنظيم وسائل الإعلام والأنشطة الاجتماعية، وأنها ملتزمة بتدعيم وجود هذه الأساليب بشكل عام وليس فقط السعي وراء الحفاظ على دعم وجودها الذاتي.[١]

وعادة ما تكون **وسائل الإعلام المسيطرة :**[٢]

([1]) Michael Albert, **"What Makes Alternative Media Alternative"**. Retrieved on January, 2012, from: http://www.nytexaminer.com/1997/10/what-makes-alternative-media-alternative-toward-a-federation-of-alternative-media-activists-and-supporters-famas

([2]) Olga Guedes Bailey, et al., **Op., Cit.**, P.45

- واسعة النطاق وموجهة نحو قطاعات كبيرة ومتجانسة من الجمهور.
منظمات مملوكة للدولة أو لشركات تجارية.
- منظمات ذات هياكل رأسية أو هرمية يشغل الوظائف فيها أشخاص محترفون.
- موصلة للخطابات والتمثيلات السائدة.
-

ومن الممكن أن تتخذ **وسائل الإعلام البديلة** وضعا عكسيا واحدا أو أكثر فيما يتصل بالمسائل السابقة، فهي:[١]

- صغيرة النطاق وموجهة نحو مجتمعات محلية معينة، منها الجماعات المحرومة مثلا، وتحترم تنوعها.
- مستقلة عن الدولة والسوق.
- ذات هياكل أفقية (لا هرمية)، مما يسمح بسهولة وصول الجمهور ومشاركته في إطار من التعددية والديمقراطية.

موصلة لخطابات وتمثيلات غير سائدة (وربما مناهضة للهيمنة، وتشدد على أهمية تمثيل الذات).

وفيما يتعلق **بالنواحي التنظيمية** داخل المؤسسات البديلة وطريقة عملها، يشير مايكل ألبرت Michael Albert إلى أن المؤسسة الإعلامية تتجه إلى أن تكون بديلة، كلما عملت على تحقيق ما يلي:[٢]

١- تقلص الفروق الكبيرة في دخول العاملين، وعدم تمييز البعض بقدر ما من النفوذ.

---

(1) **Ibid.**, P.46
(2) Michael Albert, **Op., Cit.**, P.17

٢- عدم تفاوت ظروف العمل بشكل كبير، مع ضمان جودة بيئة العمل لكافة العاملين وتوفير مكافآت لمن يعمل في ظروف أو أوضاع سيئة.
٣- السعي لإلغاء النظام الهرمي فيما يتعلق بالنفوذ وقوة التأثير في اتخاذ القرارات التي تؤثر على عمل المؤسسة وعلى الأفراد داخلها. وأن تتاح للجميع عوامل الوقت والمعلومات والثقة في تشكيل الرأي والتصويت على القرارات ودعم وجهات النظر الفردية.
٤- أن تتماشى ثقافة المؤسسة ومعايير التوظيف بها مع أهداف التعددية الثقافية والمساواة بين الجنسين، بمعنى تجاوز التمييز على أساس الجنس أو العرق.
٥- أن تحترم المؤسسة في علاقتها مع الجمهور نفس المعايير والقيم التي تعتمدها داخليا، وخاصة فيما يتعلق بالانفتاح والحوار ومراعاة كافة جوانب الاتصال.
٦- أن تتسع شريحة الجماهير وألا تقتصر على الفئات الجاذبة للمعلنين.
٧- أن تكون العلاقة مع مشروعات الإعلام البديل الأخرى قائمة على تقديم الدعم.
٨- ولا يجب أن تقتصر أجندة المؤسسة على الحفاظ على بقائها بل تركز على تطور المشروع الإعلامي ككل.

وفيما يتعلق **بالمحتوى** ، كشفت دراسة أجرتها الباحثتان جوانا ريدين Joanna Redden وتمارا ويتشج Tamara Withschge بعنوان "نظام

إخباري جديد ... دراسة المحتوى الإخباري على الإنترنت" عن وجود كميات هائلة من الأخبار على شبكة الإنترنت، ولكنها أفادت أن مواقع المؤسسات الإخبارية التقليدية تتشابه في تغطياتها. فبالرغم من اختلاف السياسات التحريرية لهذه المنافذ الإعلامية، إلا أنها في معظم الأحيان تستخدم نفس الاستشهادات والصور والمصادر، وتستعين بأسلوب صياغة متشابه. كما أنها تعالج القضايا والأحداث من زوايا متطابقة تقريبا، وتعمل على رسم صورة ذات بعد أحادي للأخبار، بما يعزز وصف هذه البيئة الإخبارية الإلكترونية التقليدية بالتجانس "Homogeneity". وأشارت الدراسة أيضا إلى أن معظم المواقع التابعة لمؤسسات إعلامية تقليدية تعتمد على النص مع الاستخدام المحدود للوسائط المتعددة، وذلك على العكس من **مواقع الإعلام البديل** التي تعتمد على مشاركات الجمهور مثل: Indymedia و Current TV. والتطبيقات الإعلامية على شبكات التواصل الاجتماعي، إذ تختلف أجندة هذه المواقع عن أجندة المؤسسات الإخبارية التقليدية، وتبتعد عن التجانس في التناول والتغطية، حيث يشارك في صياغة محتواها الإخباري أعداد كبيرة ومتنوعة من الأفراد الذين يمثلون رؤى وجهات نظر متباينة. ومما يدعم خاصية التجانس في المواقع التقليدية، أنها لا تنشر روابط لمواقع أخرى ذات صلة بالمحتوى الإخباري إلا في أطر محدودة، وذلك على النقيض من المواقع البديلة التي دائما ما توفر روابط ذات صلة بموضوع التغطية أو روابط لمؤسسات إعلامية أخرى بديلة.[1]

([1]) Natalie Fentom, **Op., Cit.**, P.173

وأشارت دراسة أخرى أجراها هاركاب Harecup عام ٢٠٠٣ على محتوى وسائل الإعلام البديل إلى وجود اختلافات جوهرية فيما يتعلق بالموضوعات والمصادر والشفافية بين معالجات الإعلام السائد والبديل. وقال هاركاب إن وسائل الإعلام البديل تقدم رؤية إعلامية "**من الأسفل**" وتطرح في معالجتها ما هو "**مسكوت عنه**". وتوصلت الدراسة إلى أن ممارسات الصحافة البديلة عادة ما تستعين بشهود العيان وأفراد آخرين عاديين من المجتمع من غير ذوي النفوذ أو التأثير. في حين تعتمد الصحافة السائدة في مصادرها على ضباط الشرطة ورجال القضاء وغيرهم من الشخصيات المؤثرة، فيما تتجاهل أفراد المجتمع. كما أظهرت الدراسة أن الموضوعات التي تطرحها الصحافة البديلة تمثل اهتمامات المجتمع ، ذلك إلى جانب أن وسائل الإعلام البديل تطرح مجالا عاما مواجها للهيمنة ويختلف عن المجال العام الذي توفره وسائل الإعلام السائدة. وأظهرت دراسة هاركاب أيضا أن عملية إنتاج المحتوى الإعلامي في وسائل الإعلام البديل تتمتع بشفافية أكبر وتستند إلى احتياجات المجتمع واهتماماته وليس الأرباح أو وجهات النظر الرسمية.[1]

ويقول أتون أن مؤسسات الإعلام البديل تقع في وسط الخبرة اليومية للأفراد، فهي وسائل إعلامية تعكس خبراتنا وتعبر عنها بصفة يومية وبشكل – إن لم يكن أكبر بكثير من الوسائل التقليدية– فهو على الأقل بشكل يختلف بكثير عن تلك الوسائل السائدة. وبالنسبة للمشاركين في مشروعات الإعلام البديل، فإنها تعد بمثابة جزء من حياتهم اليومية وخبراتهم المعاشة.[2]

---

(1) Groshek, Jacob, **Op., Cit.**, P.6
(2) Pantelis Vatikiotis, **Op., Cit.**, P.25

وينظر ولیامز لهذه الأشكال البديلة من الاتصال في إطار أنها تقوم على الترويج لضروب جديدة من العلاقات في إطار النظام الاجتماعي القائم، وذلك استنادا إلى أنها تطرح أهداف المشاركة الشعبية وضرورة استجابة الجماهير لأقصى حد مع إتاحة كافة أدوات التعبير الممكنة. وفي هذا الإطار يرى وليامز أن المحددات الهيكلية في المنظمات الإعلامية السائدة، وهي: الحرفية Professionalization والرسملة Capitalization والمؤسسية Institutionalization ، تعد بمثابة معوقات رئيسية تقف دون معدلات مشاركة اجتماعية أكبر في عمليات إنتاج وتوزيع الرسائل الإعلامية. ويتضح من هنا الفرق بين هذه الوسائل السائدة والوسائل البديلة، التي لا تقوم على هذه المحددات الهيكلية الثلاثة، فهي لا تعتمد على المهنية ولا رأس المال أو المعايير المؤسسية التقليدية.[١]

التفاعلية والمشاركة Interactivity and Participation

على الرغم من الإمكانيات التفاعلية الهائلة التي أتاحتها شبكة الإنترنت، والتي عملت مواقع المؤسسات الإعلامية التقليدية على استغلالها، إلا أن الصحفي في هذه المؤسسات ما يزال هو المتحكم في اتجاه التغطية، وفي تحديد سمات القصة الإخبارية الجيدة، وفيمن يمكنه المشاركة في صياغة المحتوى الإخباري من قبل الجمهور. بالطبع يمكن لأفراد الجمهور أن يقوموا بترشيح تغطية بعض الأحداث أو إرسال بعض القصص الإخبارية كشهود عيان وأن يظهروا كمصادر معلومات في التغطيات الإخبارية التي تنشرها المواقع الإخبارية التقليدية. ولكن ذلك لا يعني تحول ميزان القوى في اتجاه الجمهور أو مستخدمي الإنترنت.[٢]

([1]) **Ibid.**, P.26
([2]) Nicholas Gane & David Beer, **Op., Cit.**, P.183

ولعل ذلك ما دعا مستخدمي الإنترنت إلى نشر المواد والمضامين الإعلامية التي ينتجونها بأنفسهم، دون الحاجة إلى المؤسسات التقليدية لتقوم بتوزيع ونشر هذه المضامين. وقد قامت مواقع مؤسسات الإعلام البديل في المقابل بتشجيع المستخدمين على الإنتاج والنشر بل والمشاركة أيضا في عمليات التقييم والإدارة، بما أدخل مفهوم التفاعلية إلى نطاق جديد وأضاف لعامل المشاركة في صياغة المحتويات الإعلامية أبعادا مختلفة عما كان سائدا من قبل.

ويوضح الجدول التالي كيف غيرت مواقع الإعلام البديل على الإنترنت من مفاهيم التفاعلية والمشاركة من قبل الجمهور أو مستخدمي الإنترنت.

الوسيلة / الخاصية	**المواقع الإعلامية السائدة**	**المواقع الإعلامية البديلة**
التفاعلية	- التعليق على المواد المنشورة. - الظهور في التغطيات كشاهد عيان وكمصدر للأخبار.	- تعديل المواد المنشورة. - إجراء التغطيات والاستعانة بمواطنين آخرين كمصادر أخبار.
المشاركة	- إرسال بعض المواد الصحفية بغرض نشرها. - المشاركة في إنتاج بعض المضامين الإعلامية.	- نشر المواد الإعلامية مباشرة على المواقع البديلة. - إنتاج مضامين إعلامية بالكامل وتوزيعها وتبادلها.

جدول رقم (٤)

التفاعلية والمشاركة في مواقع الإعلام السائد والبديل على شبكة الإنترنت

ويذهب كيوسيس Kiousis إلى أن التفاعلية ليست نتاجا عن الأنظمة التكنولوجية الحديثة فقط، ولكنها ترتبط أيضا بإدراك المستخدمين وتعاملهم مع الإمكانيات التفاعلية لهذه الأنظمة التكنولوجية، كما أنها تمثل وجها أخر للتأثيرات التي يرغب المستخدمون في إحداثها من خلال استخدام الأنظمة الحديثة. ومن هنا فإن كيوسيس يرى أن التفاعلية لها جانبان: الأول تقني، والثاني إنساني، وأنها تعد نتاجا للعلاقة بين هذين الجانبين.[١]

ويرى شولتز Schultz أن "التفاعلية" التي تتيحها وسائل الإعلام القائمة على الإنترنت تختلف في أشكالها عن تلك التفاعلية التي تحاول وسائل الإعلام التقليدية تحقيقها، من خلال حرصها على الحصول على ردود أفعال الجمهور ومشاركته في صياغة محتواها، فهو يرى أن التفاعلية في وسائل الإعلام البديلة تعتمد على العمل في اتجاهين بين المرسل والمستقبل في آن واحد، من خلال إتاحة الوسائل التي تمكن من تبادل المعلومات وتوزيعها في نفس وقت إنتاجها من قبل جماعات المستخدمين، والذين أصبحوا بمثابة منتجين للمضامين الإعلامية من خلال الخواص التفاعلية والتشاركية التي تتيحها تقنيات الاتصال الحديثة على شبكة الإنترنت.[٢]

لقد جعلت الإمكانيات التفاعلية التي تميزت بها الممارسات الإعلامية باستخدام تطبيقات الويب ٢ من المواقع الإعلامية على الإنترنت ما يمكن أن نطلق عليه "**منصة اجتماعية**" Social Platform ، يقوم فيها المستخدمون

([1]) **Ibid.**, P.83
([2]) **Ibid.**, P.95

بنشر المضامين الإعلامية وتداولها فيما بينهم وتكوين مجموعات اهتمام وخلق شبكات افتراضية للتواصل. وقد أثر ذلك على قدرة وسائل الإعلام التقليدية على الحفاظ على سيطرتها التي انفردت بها على البيئة الإعلامية سابقا. ويتمثل هذا الجانب الاجتماعي الجديد لوسائل الإعلام على الإنترنت في إمكانيات دعم "**المشاركة**" من قبل المستخدمين. ولم يصبح بإمكان الأفراد العاديين إنتاج مضامين إعلامية فقط، بل أصبحوا يقررون أي المضامين تكون أكثر شعبية وانتشارا في محركات البحث وفي المجتمعات الافتراضية.[١]

إن الاستخدام الكثيف لشبكة الإنترنت يسهل من الشعور بالرغبة في المشاركة في الساحة الإعلامية. وترى سينفت Senft أن تطبيقات الجيل الثاني من الويب تطرح نموذجا تشاركيا Participatory أكثر منه تفاعليا Interactive للإعلام والاتصال. وبذلك تصبح المنافذ الإعلامية على الإنترنت بمثابة ساحات للرأي العام "Court of Public Opinion"؛ فالمستخدمون لديهم القدرة على المشاركة بفاعلية فيما تقدمه وسائل الإعلام.[٢]

وبالنظر إلى عناصر التفاعلية والجوانب المشتركة في تفسيرها، نجد أن مستخدمي الإعلام البديل على الإنترنت يستفيدون من هذه الإمكانات لتحقيق أكبر قدر ممكن من التفاعلية فيما بينهم والمشاركة من قبل أفراد آخرين. ويمكن تبين ذلك من معرفة الجوانب الأربعة للتفاعلية والخصائص التي يتسم بها جمهور الإعلام البديل، والذي سبق وأن أشرنا إلى أنه يتشكل في الغالب

---

(1) Zizi Papacharissi, **Journalism and Citizenship: New Agendas in Communication**, (Routledge, London & New York, 2009), P.125
(2) Martin Lister, **Op., Cit.**, P.221

من النشطاء والمعنيين بالتغيير الاجتماعي، ويتبقى لنا هنا أن نلقي الضوء على **الجوانب الأربعة** لمفهوم التفاعلية:[1]

١- الخصائص التقنية لأنظمة الاتصال والإعلام على الإنترنت (تطبيقات الويب ٢)
٢- الخبرة الفردية وقدرة المستخدم على الاستفادة من الإمكانات التقنية.
٣- الإطار الاجتماعي الذي تتم فيه عمليات الاتصال التفاعلية بين مستخدمي التقنيات الحديثة.
٤- التفاعلية تعد مفهوما سياسيا يسعى المستخدمون من خلاله لإحداث تغييرات واسعة في الحكم وطبيعة المواطنة.

لقد ساهم نمو ساحات التدوين وانتشار توزيع الملفات من الند للند أو ما يطلق عليه Peer-to-Peer وتوسع اليوتيوب في زعزعة الأسس التي قامت عليها صناعة الإعلام الجماهيري لعقود، ودفع الوسائل التقليدية إلى التخلي عن حراس البوابة التقليديين ومرشحات الأخبار في سبيل التكيف مع واقع الثقافة التشاركية Participatory Culture التي يقوم عليها الجيل الثاني من الويب.[2]

تقوم مواقع الجيل الثاني من الويب على هندسة المشاركة ومعماريتها Participation Architecture والتي تشجع المستخدمين على إضافة قيمة للتطبيقات عند استخدامها. وذلك في مقابل المواقع السابقة التي كانت تحد الزائر في التعرض ولم تكن تتيح له التدخل في المحتوى بالتعديل أو الحذف

([1]) Nicholas Gane & David Beer, **Op., Cit.**, P.97
([2]) Martin Lister, **Op., Cit.**, P.221

أو الإضافة.[1] كما تدعم مواقع الويب ٢ فكرة التشبيك الاجتماعي Social Networking، وهذه كلها تدخل في إطار مفهوم الويب كمنبر للمشاركة Web as Participatory Platform، والذي يوفر عناصر التفاعل التي تميزت بها الويب عامة بالإضافة إلى المشاركة أيضا في صياغة محتوى الويب نفسه.

لقد أصبحت التقنيات التفاعلية والشبكية رافدا أساسيا في تكوين شخصية المواطنين. ويرى الكثيرون أن التكنولوجيا الحديثة تلعب دورا حيويا في إنعاش الديمقراطية بأشكالها المختلفة.

ويذهب أندريو باري Andrew Barry في أطروحته عما أسماه بالمواطنة التكنولوجية "Technological Citizenship" إلى أن خاصية التفاعلية التي توفرها وسائل الاتصال الحديثة على شبكة الإنترنت، وبخاصة الجيل الثاني من الويب، تعمل على خلق وتكوين شخصية المواطن المسئول والواعي والنشط Responsible, Informed and Active Citizen، والذي يتوقع منه أن يسعى للمشاركة في البيئة الإعلامية والاتصالية وفي الأنشطة المجتمعية المختلفة على نطاق أكبر.[2]

إن استغلال التفاعلية التي تتسم بها عمليات الاتصال في إطار منظمات الإعلام البديل، وخاصة على شبكة الانترنت، في خلق ظروف تساعد على الفهم المشترك للأحداث والشئون العامة من خلال الجدل والحوار البناء يساهم في توسيع نطاق المشاركة المجتمعية.[3]

---

(1) محمد عبد الحميد، **مرجع سابق**، ص٩٧

(2) Robert Hassan & Julian Thomas**, Op., Cit.**, P.163
(3) Jack Rosenberry & Burton St. John, **Op., Cit.**, P.159

وقد كان لظهور تطبيقات الجيل الثاني من الويب أثر كبير على مفهوم التفاعلية والمشاركة، حيث مكنت هذه التطبيقات من إنتاج وتوزيع ما يطلق عليه "User-Generated- Content" أو المحتوى الذي ينتجه المستخدمون. فقد أتى هذا المفهوم الجديد مصحوبا بنوع جديد من "ثقافة التفاعل والمشاركة"، والتي يقوم المستخدمون في إطارها بدور المنتجين أيضا، وأصبحوا يشاركون في بناء الفضاءات الإلكترونية على شبكة الإنترنت في نفس الوقت الذي يتلقون فيه محتويات أخرى أنتجها مستخدمون آخرون.[1]

المحتوى الذي ينتجه المستخدمو User-Generated Content

مع انتشار التقنيات الحديثة للاتصال وتزايد تطبيقاتها في مجال الإعلام، وخاصة على الإنترنت، بدأت تظهر أنواع جديدة من الصحافة، كما بدأت تتغير معالم صناعة المضامين الإعلامية، سواء من حيث طبيعة المساهمين أو أشكالها أو الوسائل التي يتم الاعتماد عليها في توصيل هذه المضامين. وفي هذا السياق الجديد أخذ الجمهور يلعب دورا محوريا في العمل الإعلامي؛ إذ لم يعد متلقيا فقط، بل منتجا ومشاركا أيضا. وأطلق على الجماهير اسم "المستخدمين"، باعتبارهم مستهلكين نشطين للخدمات والمنتجات الإعلامية المختلفة. وبدأت وسائل الإعلام في التجاوب التدريجي مع هذه التحولات، سواء من حيث البحث عن طرق جديدة لتوصيل محتواها الإعلامي تتلاءم مع طبيعة مستخدميها، أو إفساح المجال للجمهور/المستخدم للمساهمة في صناعة محتواها الإعلامي، باعتبار أن تمكين الجمهور إعلاميا

([1]) Nicholas Gane & David Beer, **Op., Cit.**, P.97

يساعد على الاحتفاظ به ويدعم مكانتها المعنوية وإمكانياتها الاقتصادية ويثري مضامينها، كما يتلاءم مع طبيعة التطورات الحديثة في صناعة الإعلام، ويمكنها من استيعاب الأنواع الصحفية الجديدة في إطارها دون أن تشكل منافسا جديدا لها.[١]

الويب ٢ وبروز مفهوم "المحتوى الذي ينتجه المستخدمون"

أتاح الجيل الثاني من شبكة الويب إمكانية النشر الإلكتروني من قبل الأفراد، فإذا كانت هذه الأشكال الجديدة من النشر ارتبطت في البدايات الأولى للإنترنت بالمؤسسات والهيئات سواء كانت إعلامية أو ثقافية أو علمية، فإن التطور الهائل الحادث الآن في إمكانيات شبكة الإنترنت مكن الأفراد العاديين (المستخدمين) من خلق المحتوى بأنفسهم، وليس التفاعل فقط مع المحتويات المنشورة أو التعليق عليها.[٢]

وقد ظهرت العديد من التقنيات والفضاءات الحديثة التي تتيح إمكانية نشر وبث مضامين ينتجها الجمهور دون أي رقابة أو ضغط، مثل المدونات والمنتديات والشبكات الاجتماعية والمواقع التشاركية وغيرها. فكل هذه الأشكال يقوم المستخدمون بصناعة محتواها، فهم الصحفيون والمحررون والناشرون، وبذلك فهم متعاونون هواة من كل أنحاء العالم، ويشاركون في

([١]) السيد بخيت، إعلام المستخدم: المفهوم والعوامل المؤثرة وواقعه في البيئة الإعلامية العربية، في: **مجلة الإذاعات العربية،** اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد الثالث، ٢٠١١، ص٣٩

([٢]) إبراهيم بعزيز، دور وسائل الإعلام الجديدة في تحول المتلقي مرسل وظهور صحافة المواطن، في: **مجلة الإذاعات العربية،** اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد الثالث، ٢٠١١، ص٤٩

محتوى هذه الوسائل بدون مقابل في الغالب. وفي كثير من الأحيان يتولى أشخاص تصوير بعض الأحداث باستعمال تقنيات كالكاميرا الرقمية أو الهاتف المحمول ويقومون بإرسالها إلى قنوات تليفزيونية لتقوم بنشرها (مثل ما حدث أثناء عاصفة كاترينا بأمريكا، وما يحدث اليوم في عدة مناطق من العالم مثل: فلسطين والعراق. ومن أفضل الأمثلة على ذلك الصور التي تم التقاطها أثناء إعدام صدام حسين، والتي لم تكن لتنشر للرأي العام وللصحافة العالمية لولا ذلك الشخص الذي صورها بهاتفه المحمول).

ويحدث هذا كذلك مع بعض القنوات خاصة المعارضة منها، والتي منعت من فتح مكاتب في بعض البلدان وتم التضييق على مراسليها والعاملين بها، كما نجد بعض الوسائل التي تفتح المجال لمشاركات الجمهور في محتواها، مثل مبادرة قناة الجزيرة (Global Village Voices)، والتي تعطي فرصة للمواطنين لكي ينشروا مضامين إعلامية متعلقة بمختلف الأحداث العالمية.[١]

وبفضل المواقع الإلكترونية التي تخصصت في تبادل محتويات وسائل الإعلام أمثال: Youtube لنشر ملفات الفيديو و Flicker لنشر الصور الفوتوغرافية، زادت المحتويات التي يولدها المستخدمون على شبكة الإنترنت. ووفقا لبحث نشره مشروع (بيو إنترنت وأمريكان لايف) في عام ٢٠٠٦، فإن حوالي ٤٠ مليون أمريكي قد قاموا بنشر بعض أشكال المحتوي الذي يولده المستخدمون على شبكة الإنترنت، في حين كان واحد من كل ٧ مستخدمين للإنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية قد قام بإنشاء مدونة خاصة به على الشبكة.[٢]

---

(١) **المرجع السابق**، ص٥٠

(١) عبد الحمد بسيوني، **مرجع سابق**، ص ٢٦٤

وقد أدت مشاركة الأفراد المستخدمين لوسائل الإعلام في صناعة محتواها إلى بروز نوع جديد من الصحافة تتميز بكونها تتيح لأي شخص إمكانية المشاركة في بناء هذا المحتوى، وبذلك ظهر في السنوات الأخيرة مصطلح "المحتوى الذي ينتجه المستخدمون" أو User-generated Content، والذي يقابل المضمون الإعلامي الذي يصنعه الصحفيون المشتغلون في وسائل الإعلام التقليدية. ذلك النمط الجديد من الصحافة ينطوي على كافة الأنشطة الاتصالية التي يقوم بموجبها أفراد عاديون بتوظيف التقنيات والتطبيقات التكنولوجية الحديثة لإنتاج مضامين إعلامية – بصورها المختلفة؛ نص وصورة وصوت أو وسائط متعددة- وبثها ونشرها عبر تقنيات شبكة الإنترنت بشكل فردي أو جماعي، أو عبر قنوات إعلامية تقليدية.[١]

ويمكن تعريف المضمون الذي ينتجه المستخدمون بأنه: "أي مضمون ينتجه مستخدمو وسائل الإعلام بأنفسهم وبشكل مستقل عن أي مؤسسة إعلامية أو غير إعلامية ويستهدف مستخدمين آخرين". كما أنه: "مضمون ينتجه الجمهور للجمهور، وينشر بشكل إلكتروني"، مع التأكيد على أنه مصطلح متسع يمتد من مجرد تصنيف المستخدمين لأهمية موضوعات معينة إلى ما يبثونه على اليوتيوب.[٢]

([1]) Shayne Bowman & Chris Willis, **We Media: How audiences are shaping the future of news and information,** a thinking paper presented at The American Press Institute, 2003, P.8.
Retrieved in December, 2012, from:
http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf

(٢) السيد بخيت، **مرجع سابق**، ص٤١

وهو مصطلح يشير إلى ذلك "النشاط الذي يقوم من خلاله المستخدم (المواطن العادي) كفرد من أفراد جمهور وسائل الإعلام بإنتاج مضمون إعلامي ومعالجته ونشره عبر تقنيات اتصالية متعددة، ويمكن لهذا المضمون أن يكون نصيا أو مسموعا أو مرئيا أو يكون متعدد الوسائط، وفي الغالب ينشر عبر تطبيقات الإنترنت الاتصالية كالمدونات ومواقع بث الفيديو والمواقع الاجتماعية ومنتديات المحادثة الإلكترونية والموسوعات التشاركية، ويمكن كذلك أن ينشر عبر وسائل الإعلام التقليدية كالقنوات التلفزيونية أو الإذاعية وعبر المواقع الإلكترونية التابعة لوسائل الإعلام بصفة عامة".[١]

وقد برزت أهمية مفهوم المضامين التي ينتجها المستخدمون في أعقاب بعض الأحداث العالمية المهمة والكوارث الكبرى مثل كارثة إعصار تسونامي في نهاية عام ٢٠٠٤، وهجمات لندن سنة ٢٠٠٥، وأحداث لبنان عام ٢٠٠٦، حيث لعب المواطن العادي دورا مهما في تغطية هذه الأحداث سواء كشاهد عيان أو كصحفي أو كناشر للمعلومة والصورة والفيديو، باستخدام تقنيات بسيطة مكنته من منافسة أعتي الوسائل الإعلامية التقليدية، وتحقيق بعض الانفرادات الصحفية التي لم تتيسر لهذه الوسائل، فعلى سبيل المثال: بعد أحداث التفجيرات الانتحارية في لندن والتي راح ضحيتها ما يقرب من ٥٠ شخصا تلقت البي بي سي ما يزيد على ٢٢ ألف رسالة و٣٠٠ صورة ومقطع فيديو للحدث، بثت بعضها في صدارة نشراتها الإخبارية. وقد دفع نجاح مثل هذه التجارب بعض المؤسسات الإعلامية الكبرى لإعطاء مساحة اهتمام أوسع للمضامين التي ينتجها الجمهور.[٢]

---

(٢) إبراهيم بعزيز، **مرجع سابق**، ص٤٧

(١) السيد بخيت، **مرجع سابق**، ص٤٠

وتوجد المضامين التي ينتجها مستخدمو وسائل الإعلام الجديدة على المواقع الإعلامية وغيرها في عدة أشكال منها: مقاطع الفيديو وقصاصات الصور والقصص الإخبارية والتنبيهات الإخبارية والملفات والصور والأفلام التي يتم تبادلها فيما بينهم، والتعقيب على المقالات والصور والأفلام والمدونات والبودكاست والمواقع العامة التي تقوم على مشاركات جماعية والويكي والتويتر والمصادر ذات المساهمات المفتوحة مثل الويكيبديا، واليوتيوب وحجرات الدردشة والنقاش وجماعات الأخبار والاستطلاعات والمسوح.

وقد وفر الجيل الثاني من الويب للمستخدمين قدرا أكبر من المشاركة والنفوذ مما كانت تقدمه الوسائل التقليدية لجماهيرها. وقد أدى ذلك إلى تعطش المستخدمين المتزايد لوسائل إعلام ذات أسلوب مغاير أو بديل لما هو سائد، وتولدت لديهم الرغبة في أن يكتبوا مثلما يقرأون وأن يصيغوا مضامين إعلامية كما يستقبلون. وأشارت دراسة أجريت عام ٢٠٠٥ في المملكة المتحدة إلى أن ثلث الشريحة العمرية من ١٤ إلى ٢١ عاما ينتجون محتوى خاص بهم على شبكة الإنترنت، سواء في المدونات أو المواقع الشخصية أو مواقع الشبكات الاجتماعية واليوتيوب. ولا يعني ذلك بالضرورة أن تكون هذه المضامين بديلة في طبيعتها، ولكنه يؤكد على أن الويب قد عقد التقسيم الثنائي البسيط لوسائل الإعلام بين "سائدة" و "بديلة"، وأنه زاد من صعوبة التمييز بين ما هو "بديل" وما هو "غير بديل".[1]

([1]) Kate Coyer, et al., **Op., Cit.**, P.5

ويرتبط الإعلام البديل في عصر الإنترنت في جزء كبير منه بإنتاج المستخدم للمحتوى، ولعل الدليل الأكبر على ذلك هو قيام مجلة "تايم" الأمريكية في ٢٦ ديسمبر ٢٠٠٦ بنشر صورة على غلافها لشاشة كمبيوتر يظهر عليها انعكاس لصورة شخص جالس أمامها ومكتوب عليها "أنت، نعم أنت ... شخصية العام"، وهو ما يتناقض مع غلاف المجلة الصادر في يناير عام ١٩٩٣ والذي يشير إلى الكمبيوتر على أنه "آلة العام". وكان العنوان الفرعي لغلاف عام ٢٠٠٦ "**أنت تتحكم في عصر المعلومات ... مرحبا بك في عالمك**"، وهذا على العكس من غلاف عام ١٩٩٣ الذي ظهرت عليه عبارة: "الكمبيوتر يتحرك إلى الأمام".[١]

([٢]) شريف درويش اللبان، **مرجع سابق**، ص٨١

تطبيقات DIY

يبدو من الواضح الآن أن تقنيات الإعلام الجديد قد عملت بشكل ملحوظ على تغيير العلاقة بين منتجي المضامين الإعلامية ومستهلكيها، فتبادلت الأدوار بحيث يمكن للفرد الواحد أن يقوم بدور المنتج والمستهلك للمواد الإعلامية في الوقت نفسه وعلى مستويات مختلفة. وقد مكنت الأدوات التقنية على شبكة الإنترنت المستخدمين من أرشفة المواد الإعلامية والتعليق عليها وتصحيحها وإعادة توزيعها. وقد أدت هذه الأنشطة إلى بروز العديد من الثقافات الفرعية التي تشجع المستخدمين على إنتاج المواد الإعلامية بأنفسهم، فيما أطلق عليه: Do-It- Yourself Media أو اختصارا DIY Media أو وسائل إعلام "افعلها بنفسك".[١]

ويؤكد هذا المفهوم على مبادئ المساهمة الجماعية والتطوعية والاختيارية من قبل المستخدمين، وعلى تنوع وتعدد وجهات النظر والمعلومات والآراء المطروحة من قبل المستخدمين/المنتجين، والذين ينتمون إلى فئات عمرية وثقافية وجغرافية متنوعة، وعلى تقاسمهم وتشاركهم للمعلومات والأخبار والصور مع غيرهم من المستخدمين.[٢]

ومن الأهداف التي يسعى المستخدمون لتحقيقها من خلال إنتاجهم لمحتويات إعلامية ونشرها وتبادلها على شبكة الإنترنت:[٣]

- بناء مجتمع له الاهتمامات نفسها. Community Building
- تبادل الأفكار. Intellectual Exchange

([1]) Martin Lister, **Op., Cit.**, P.222

([٢]) السيد بخيب، **مرجع سابق**، ص٤١

([3]) Martin Lister, **Op., Cit.**, P.222

- نشر الثقافة. Cultural Distribution
- النشاط على الساحة الإعلامية. Media Activism

إعلام المستخدم والإعلام التقليدي

إن اقتحام الأشخاص العاديين لمعاقل وساحات الإعلام يتم النظر إليه من قبل المؤسسات الإعلامية السائدة باعتباره فرصة وتهديدا في الوقت نفسه. وتقوم بعض من هذه المؤسسات بالاستعانة بالأفراد النشطين من الجمهور ويتعاملون معهم باعتبارهم امتدادا لقوة المؤسسة التسويقية من خلال وضع آليات تسمح للمستخدمين بنشر المضمون الذي ينتجونه بأنفسهم على مواقع هذه المؤسسات على شبكة الإنترنت. وفي المقابل، تتجه مؤسسات إعلامية أخرى إلى محاولة إسكات وإجهاض أو احتواء ثقافة المعرفة التي بدأت في الانتشار لدى المستخدمين. وفي كلتا الحالتين يستطيع الفرد أو المستخدم أن يعمل بشكل مستقل تماما عن هذه الوسائل ويقوم بنفسه بكافة عمليات إنتاج ونشر وتوزيع وأرشفة مواد إعلامية. وبذلك يتضح لنا كيف نجحت التقنيات الحديثة في كسر الحواجز القديمة بين إنتاج واستهلاك المضامين الإعلامية.[١]

ويمكن رصد أبرز التحولات ذات الصلة بصناعة المضامين الإعلامية، والتي حدثت في السنوات الأخيرة كالتالي:[٢]

١- **التحول في المفاهيم والمصطلحات المستخدمة**، إذ بدأ البعض يتحدث عن نهاية مصطلح الجمهور التقليدي Audience والدعوة إلى استبداله بمصطلح المستخدمين Users، باعتباره يتجه مباشرة نحو

([1]) **Ibid.**, P.221

([1]) السيد بخيت، **مرجع سابق**، ص٣٩

المعنيين بالتواصل مع هذه المواقع والجمهور الفعلي لها، وحيث أنه يتصل مباشرة بالأفراد الذين يقومون بالفعل بتغطية الأحداث والتعليق عليها وتحليلها، وباعتبار أن العلاقة بين الجمهور والوسائل الجديدة لم تعد قائمة على التلقي بمعناه الكلاسيكي، أي من خلال المشاهدة والاستماع والقراءة، بل على الاستخدام النشط عبر سلسلة لا متناهية من العمليات (النسخ والطباعة وإرسال المقالات وإعادة نشر الموضوعات على الشبكات الاجتماعية والتعليق عليها وتصنيفها). فمصطلح الاستخدام هنا (Usage) يختلف عن مصطلح التلقي (Reception)، فمستخدم الوسائل الإعلامية الجديدة يختلف في سماته وممارساته عن المشاهد والقارئ والمستمع من ناحية علاقته المركبة بهذه الوسائل الجديدة.

٢- **التحول في الأدوار التي يقوم بها الصحفيون في البيئة الإلكترونية**، إذ لم يعودوا يمارسون الدور التقليدي لحارس البوابة بقدر ما يقومون بتيسير تدفق المعلومات بين الأطراف المشاركة في إنتاجها واستهلاكها، كما أصبحت علاقتهم بهذه الأطراف أكثر تفاعلية ومشاركة وديمقراطية في إنتاج المضمون، أكثر من كونها علاقة ذات اتجاه رأسي يكتفي فيها الجمهور بتلقي ما يملى عليه. ولم يعد الصحفي حارس بوابة فقط بقدر ما هو مراقب ومدير للحوار الذي يساهم فيه المستخدمون.

٣- **تنوع مصادر المعلومات**، حيث لم تعد المعلومة والرأي حكرا على طرف ما دون غيره، بل أصبح باستطاعة الجميع المساهمة في إنتاج

المضامين المختلفة، حيث ظهرت أطراف أخرى بمقدورها أن تمارس سلطة مماثلة تقريبا للسلطة التي تمارسها وسائل الإعلام في البيئة التقليدية، مع تنوع وتعدد الفرص التي تتيحها الإنترنت من أجل طرح أصوات متنوعة ومتعددة ومتباينة في ساحة مفتوحة.

وقد استحدثت مؤسسات الإعلام التقليدي بعض الأشكال الجديدة التي تحفز الجمهور على المساهمة في إنتاج مضامينها وتزويدها بالصور والقصص والفيديو مثل خدمات: ABC's I-Caught و CNN's I-Report و Fox News Channel's U-Report، وغيرها من المسميات الأخرى المختلفة مثل: قل رأيك Have Your Say وفيديوهات صحفية وممثل القراء و كن مراسلا وشارك بقصصك.

ويعتبر مفهوم المضامين التي ينتجها المستخدم من أحدث المفاهيم المرتبطة بصحافة الإعلام الجديد، كما أنه يعد تطورا لمفاهيم سابقة شغلت الدراسات الصحفية في السنوات القليلة الماضية، مثل مفهوم التفاعلية Interactivity وصحافة المواطن Citizen Journalism وصحافة المشاركة Participatory journalism . ومع انتشار وتزايد أهمية ومكانة وسائل الإعلام الجديدة، بدأ هذا المفهوم يحظى باهتمام بعض الباحثين باعتباره يعكس تحولا جذريا في المفاهيم الصحفية التقليدية، وطبيعة العلاقة بين المشاركين والمستهدفين من العمل الصحفي.[1]

وقد اتخذ التعبير عن هذه الظواهر في الأوساط الأكاديمية والإعلامية عدة مصطلحات مثل: النشر الإلكتروني الفردي أو الشخصي Personal

---

([1]) **المرجع السابق**، ص٤٠

Publishing أوالمحتوى الذي ينتجه المستخدمون UGC أو الصحافة التشاركية Participatory Journalism وصحافة المواطن Citizen Journalism، وغيرها من المسميات المختلفة والتي تتفق في الإشارة إلى تلك التقنيات التي تتيح للمستعمل القدرة على المشاركة في صناعة المضامين الإعلامية بمختلف أشكالها ونشرها عبر مختلف الوسائل الإعلامية.[١]

وبفضل التطورات الحديثة في تطبيقات الاتصال على الإنترنت، تحولت الأخبار من "محاضرة" إلى "محادثة"، وفي عصر أتيحت فيه الأدوات التي تمكن أي فرد من أن يصبح صحفيا وأن ينتج مضامين إعلامية بنفسه، أصبحت القضية هي تحديد وتعريف هذه الممارسات الصحفية والإعلامية الجديدة وليس محاولة تحديد من هو الصحفي المتخصص ومن هو الصحفي الهاوي، أو من هو الصحفي ومن هو غير الصحفي. وبذلك يصبح السؤال في هذه الحقبة الاتصالية الجديدة: "ما هي الصحافة؟" وليس "من هو الصحفي؟".[٢]

ونأخذ مثالا على ذلك صحيفة "نيويورك تايمز" و موقعها الإلكتروني على شبكة الإنترنت. فبالرغم من أن تقارير وتغطيات الصحيفة ليست دائما دقيقة تماما، وعلى الرغم من قيام المؤسسة في بعض الأحيان بنقل بعض الأحداث بشكل غير صحيح أو دقيق بالمرة، إلا أننا جميعا نتفق على أنها تمارس العمل الصحفي، وذلك في مقابل صورة التقطها رجل عادي في مترو الأنفاق بلندن عام ٢٠٠٥ تصور أحد الركاب يهرب من الانفجار الذي وقع يوم السابع من يوليو في هذا العام. فعلى الرغم من أن هذا الشخص هو فرد

([٢]) إبراهيم بعزيز، **مرجع سابق**، ص ٤٩

([2]) Zizi Papacharissi, **Op., Cit.**, P.4

عادي وليس صحفيا، إلا أنه بالتقاطه لهذه الصورة ونشرها يكون قد قام بعمل صحفي من الدرجة الأولى، وخاصة بعد أن انتشرت هذه الصورة في جميع أنحاء العالم في غضون ساعات من نشرها نظرا لما تحمله من قيمة خبرية وصحفية. إذن فالقضية هنا ليست "المحترفون في مقابل الهواة"، وليست "الصحفي في مواجهة الفرد العادي"، بل نحن بصدد بيئة صحفية وإعلامية جديدة تتسم بالتنوع، تجمع بين الصحفي وغير الصحفي.[1]

وليس بالضرورة أن تكون المضامين التي ينتجها المستخدمون مضامين صحفية أو إعلامية، فقد تكون في أحيان كثيرة بهدف الاتصال الشخصي بين الأصدقاء أو أفراد العائلة، مثل: الصور العائلية التي يرفعها المستخدمون على موقع استضافة الصور الفوتوغرافية Instagram ، أو تكون بهدف الدعاية والإعلان عن منتجات شركة ما والتسويق لخدماتها، مثلما يفعل جوناثان شوارتز Jonathan Shcwartez ، المدير التنفيذي لشركة Sun Microsystems، في المدونة الخاصة به، حيث يقوم بالتواصل مع عملاء الشركة وينقل أحدث أخبارها وينشر تفاصيل منتجاتها. أو تكون بهدف الترويج السياسي لجماعة أو حركة ما، مثل نشر أخبار وصور عن أنشطة الحركة على صفحتها على الفيس بوك.

ويعد المحتوى الذي ينتجه المستخدمون هو المرحلة الحالية من مراحل علاقة الجمهور بوسائل الإعلام والاتصال، فقد تحول أفراد الجمهور من متلقين سلبيين لوسائل إعلام ساد الاعتقاد بتأثيرها الفوري والكبير إلى متعرضين بشكل انتقائي للمضامين الإعلامية المختلفة في مرحلة لاحقة، ثم

([1]) **Ibid.**, P.5

بدأت عمليات إدخال أدوات تفاعلية في وسائل الاتصال والإعلام التقليدية، إلى أن مكنت التقنيات الاتصالية الحديثة أفراد الجمهور من المشاركة في صناعة المحتويات الإعلامية والاتصالية، وبتطور هذه التقنيات أصبح بإمكان مستخدمي تكنولوجيا الاتصال الحديثة إنتاج المحتوى بالكامل بأنفسهم إلى جانب نشر وتبادل هذا المحتوى بعد إنتاجه، مما عمل على تحول عملية الاتصال إلى بيئة اجتماعية وتفاعلية، يتشارك فيها الأفراد والجماعات في المعلومات والآراء ومضامين الاتصال المتنوعة، مما دعى البعض إلى أن يطلق على هذه الوسائل الجديدة مصطلح "وسائل الإعلام الاجتماعية" أو "Social Media".

شبكات الإعلام الاجتماعي Social Media

تضم وسائل الإعلام الاجتماعي الشبكات والمواقع الإلكترونية التي تهدف إلى الربط بين الأفراد من ذوي الاهتمامات المشتركة وتدعم التواصل فيما بينهم. وهي تعني بخلق وجود إلكتروني للمستخدمين، وبناء علاقات اجتماعية عن طريق استخدام الأدوات الإلكترونية المتاحة.

ويقصد بمواقع التواصل الاجتماعي Social Media مجموعة واسعة من الأنظمة التقنية عبر الإنترنت تسهل التفاعل بين الأفراد، وتسمح لهم بأن يكونوا جزءا من مجتمع افتراضي ما.[١]

والإعلام الاجتماعي باختصار يمثل الوسائل الإلكترونية التي تستخدم من أجل التفاعل الاجتماعي الذي يعد صفة أساسية لكل إنسان. وقد وجدت هذه

(١) جيلان عبد الرازق، **مرجع سابق**، ص٢٤٠

الوسائل من أجل تيسير عملية التواصل بين الأفراد متخطية بذلك حدود المكان والزمان.

ويعرف موقع الويكيبديا الشهير "الإعلام الاجتماعي" بأنه يمثل تلك الوسائل التكنولوجية التي تضم الويب والتقنيات المحمولة المستخدمة من أجل تحويل عملية الاتصال إلى حوار تفاعلي، وأنها وسائل من أجل التفاعل الاجتماعي تذهب إلى ماوراء الخصائص المعتادة لأنظمة الاتصال الاجتماعية القائمة.[١]

والوسائل الاجتماعية هي مجموعة من التطبيقات القائمة على شبكة الإنترنت، وتعتمد على خصائص الجيل الثاني من الويب، التي تدعم المحتوى الذي ينتجه المستخدم user-generated content وإتاحته في صورة تفاعلية.[٢]

وعلى الرغم من وجود خلط إزاء تعريف الوسائل الاجتماعية، إلا أن الدارسين لشبكة الإنترنت قد رأوا أن هناك بعض الملامح التي تحدد هذه الوسائل وهي: المدونات والبودكاست ومدونات الفيديو والويكي وخدمات تجميع الأخبار وإرسالها "Social News Aggregators". وتكمن الفكرة الرئيسية لهذه الأنظمة الاجتماعية في أنها تدعم المشاركة من قبل المستخدمين وتسمح بإجراء عمليات اتصال على الشبكة من الجماعة إلى الجماعة، مما

---

(1) http://www.en.wikipedia.org/wiki/Social_media, accessed on March 24, 2012

(2) Bernie Brennan & Lori Schafer, **Branded! How Retailers Engage Consumers with Social Media and Mobility**, (John Wiley & Sons Inc., New Jersey, USA, 2010), P.13

يعمل على تدعيم قيمة الاتصال ويؤكد على دور المشاركة من قبل الأفراد في هذه العمليات. ومن هنا يتسع نطاق هذه الأنظمة إلى ما وراء النموذج التقليدي في إنتاج المواد الإعلامية والتي تنساب من أعلى لأسفل.[1]

وتستغل وسائل الإعلام الاجتماعي الإمكانات التي أتاحتها الويب ٢ ولا سيما أساليب النشر الجديدة التي تدعم المشاركة والإتاحة، مما يعمل على تحويل الممارسات الإعلامية أحادية الاتجاه إلى حوار إعلامي اجتماعي. وبذلك تقوم وسائل الإعلام الاجتماعي بدعم ديمقراطية الاتصال والمعرفة والمعلومات وتحول صفة المستخدم العادي من "مستهلك للمحتوى" إلى "منتج للمحتوى".[2]

وتشمل الأمثلة على مواقع الإعلام الاجتماعي العديد من تطبيقات الإعلام الجديد مثل: شبكات التواصل الاجتماعي Social Networking Sites (SNS) ومواقع التدوين Blogs والتدوين المصغر Micro Blogging على تويتر Twitter ومواقع استضافة الفيديو Video-sharing Sites كاليوتيوب YouTube وغيرها.

جمهور شبكات الإعلام الاجتماعي

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي على رأس قائمة المواقع الأكثر تفضيلا على الإنترنت من قبل المستخدمين خاصة الشباب، نظرا لما تتمتع به من خصائص اتصالية فريدة تميزها عن الوسائل التقليدية، وتؤكد الإحصاءات الحديثة على أن شبكات التواصل الاجتماعي تهيمن على الوقت الذي يقضيه

([1]) Zizi Papacharissi, **Op., Cit.**, P.124
([2]) Bernie Brennan & Lori Schafer**, Op., Cit.**, P.13

المستخدمون على الإنترنت، وأنها تمثل أكثر المواقع استخداما على الإنترنت وخاصة من جانب المراهقين والشباب.[١]

وتشير الإحصاءات إلى أن أكثر الشرائح المستخدمة لشبكات التواصل الاجتماعي هم المراهقين. حيث أن ٧٣ % من مستخدمي الإنترنت المراهقين لديهم حسابات على الشبكات الاجتماعية، في مقابل ٤٠ % من المستخدمين الكبار.[٢]

شبكات الإعلام الاجتماعي والإعلام التقليدي

إن تحول وسائل الإعلام إلى العمل كمنصة أكثر تفاعلية من الناحية الاجتماعية كان له تأثير ملحوظ على قدرة وسائل الإعلام التقليدية على الاحتفاظ بتأثيرها التي انفردت به من ذي قبل في هذه البيئة الاتصالية الجديدة التي توفرها الويب ٢، والتي صممت تطبيقاتها في الأساس لتمكين المستخدمين من المشاركة في إنتاج محتوى الشبكة. ولم يعد المواطنون قادرون فقط على خلق المحتوى بأنفسهم (المحتوى الذي ينتجه المستخدم)، بل أصبح بإمكانهم تحديد أي المحتويات سيحظى بالإقبال على محركات البحث أو في المجتمعات الافتراضية.[٣]

ويؤكد الباحثون على أن مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد على تقنيات الويب٢ هي الأكثر ثراء من الناحيتين الإعلامية والاتصالية، مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية من صحف وراديو وتليفزيون، وذلك استنادا إلى أن العامل

---

(١) خالد صلاح الدين، اتجاهات الشباب المصري نحو شبكات التواصل الاجتماعي على الشبكة العنكبوتية في إطار نظرية الثراء الإعلامي، **مرجع سابق**، ص١

(2)Pettingill, Lindsay, **Op., Cit.**, P.24

(3) Zizi Papacharissi, **Op., Cit.**, P.125

الحاسم في تنافسية وسائل الإعلام هو ثراء الوسيلة وما توفره من إمكانيات اتصالية لمستخدميها.[١]

وكان لتقنيات الويب ٢ الفضل في أن يخضع المشهد الإعلامي السائد لتحول أساسي وجوهري نتج عن تمتع المواطن العادي بإمكانية صياغة المحتوى الإعلامي، ولم يصبح لقوى احتكار وسائل الإعلام التقليدية القدرة على السيطرة على أدوات إنتاج المحتويات الإعلامية في عالم جديد يزخر بالعديد من تكنولوجيات إنتاج الأخبار وتوزيعها. إن تشجيع المواطنين على التعاون في مجال إنتاج المحتويات الإعلامية وعلى الاشتراك في مجتمع افتراضي وعلى التحاور من خلال أدوات مثل الشبكات الاجتماعية تعد من الأسباب التي تدفع البعض للإدعاء بأن وسائل الإعلام تصبح أكثر اجتماعية.[٢]

وقد كانت تطبيقات الإنترنت الإعلامية امتدادا للخدمات الإعلامية التقليدية من صحف وبث إذاعي وتليفزيوني إلى أن ظهرت شبكات الإعلام الاجتماعي، التي استطاعت أن تقدم مفهوما مختلفا للإعلام، وانتشرت عالميا في الفترة بين عامي ٢٠٠٥ و٢٠١٠. واستطاع الفيس بوك وحده، بعد إتاحته أمام الجمهور عام ٢٠٠٦، من الحصول على أكثر من نصف مليار مستخدم حول العالم خلال ٤ أعوام فقط. وأصبح الفيس بوك هو أكثر شبكات الإعلام الاجتماعي شعبية في الولايات المتحدة الأمريكية والعالم منذ عام ٢٠٠٧.[٣]

([٢]) خالد صلاح الدين، **المرجع السابق**، ص٥

([2]) Zizi Papacharissi, **Op., Cit.**, P.123

([3]) Mjos, Ole, **Op., Cit.**, P.12

ولم تتح الفرصة لوسائل الإعلام العالمية أن تتوجه نحو الجماهير المحلية إلا بعد ظهور وسائل الإعلام الاجتماعي وخاصة الفيس بوك، والذي وفر لمستخدميه مساحات إعلامية واتصالية غير مسبوقة، حيث يتيح الاتصال على كافة المستويات المحلية والإقليمية والعالمية، ويقدم فرصا للتواصل والحشد من خلال المجموعات والصفحات ذات الاهتمام المشترك، والتي تمثل مجتمعات افتراضية تضم مستخدمين من مختلف أنحاء العالم أو من قرية واحدة صغيرة في إحدى البلدان، وبذلك أصبح الفيس بوك تحديا للتقسيم الثنائي التقليدي بين وسائل الإعلام المحلية والعالمية.[١]

ولوحظ لجوء الأفراد إلى وسائل الإعلام الاجتماعي للبحث عن المعلومات وتبادل الأخبار خاصة خلال الأحداث المهمة على المستوى العالمي مثل: تفجيرات مومباي وزيارة الرئيس الأمريكي باراك أوباما للقاهرة، وتحطم الطائرة الفرنسية بالقرب من البرازيل.[٢]

ولعل ذلك ما دفع وسائل الإعلام التقليدية من صحف وتليفزيون لكي توظف لديها طاقم مختص بنشر أخبارها على مواقع التواصل الاجتماعي والتفاعل مع جماهيرها فيما يعرف بمحرري الوسائل الاجتماعية Social Media Editors.

([1]) **Ibid.**, P.14

([١]) شيماء ذو الفقار، استخدام موقع التدوين المصغر تويتر في تغطية الانتخابات التشريعية،

مرجع سابق، ص٥

ونظرا لأن الفيس بوك هو الأكثر شعبية بين شبكات التواصل الاجتماعي على مستوى العالم، فقدت اتجهت المؤسسات الإعلامية الإخبارية والترفيهية أيضا إلى إنشاء صفحات لها على شبكة التواصل الاجتماعي من أجل تكوين مجتمع افتراضي يضم متابعيها ويعمل على جذب جماهير جدد.[١]

كما تتعدد الوظائف الإخبارية لتويتر، حيث يتم من خلاله نشر الأخبار قبل ظهورها في وسائل الإعلام التقليدية، ويمكن أيضا الاستعانة به في تحديث الأخبار الجارية والطارئة، كما يمثل أداة للتواصل بين الصحفيين، والوصول لمصادر إخبارية جديدة، وإيجاد أفكار لقصص إخبارية. ولذلك فقد تم توصيفه باعتباره الأداة الصحفية للقرن الحادي والعشرين، فهو الوسيلة الأحدث للحصول على المعلومات بسرعة.[٢]

شبكات الإعلام الاجتماعي في عالم السياسة

إن البحث عن المعلومات عبر الإنترنت وإنتاج الرسائل التفاعلية من خلاله، أي استخدام الإنترنت كمصدر للمعلومات وكمنتدى اتصالي، يدعم المشاركة المدنية بدرجة أكبر من الوسائل التقليدية وحتى الاتصال الشخصي.[٣]

وقد استطاعت وسائل التواصل الاجتماعي أن تقلص من عوائق المشاركة في الحوار السياسي في كل مكان، وخاصة في الدول التي تسيطر عليها حكومة قوية تحظر الخطاب السياسي المعارض. ولعل المثال الواضح على

([1]) Garry, Steven, **Op., Cit.**, P.12

([٣]) شيماء ذو الفقار، **المرجع السابق**، ص٢

([١]) شيماء ذو الفقار، دور وسائل الإعلام الاجتماعية في التعبئة السياسية قبيل ثورة ٢٥ يناير، **مرجع سابق**، ص٣٣٩

ذلك ما حدث عام ٢٠١١ في سنغافورة، والتي يسيطر على عالم السياسة فيها حزب واحد وتتحكم الحكومة في وسائل الإعلام، حيث مكنت شبكات التواصل الاجتماعي المواطنين من مناقشة الأحداث السياسية، وأعطت الفرصة للأحزاب الضعيفة في التواصل مع الجمهور، وكان الحصاد النهائي فوز تاريخي للمعارضة بـــ ٦ مقاعد في البرلمان.[١]

بدأت دراسة دور شبكات التواصل الاجتماعي في عالم السياسة منذ عام ٢٠٠٦، عندما تناولت إحدى الدراسات الدور الذي لعبه الفيس بوك في الانتخابات النصفية الأمريكية. وأشارت دراسة أخرى حول استخدام الفيس بوك في الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام ٢٠٠٩ إلى أنه يقدم للمستخدمين دوافع وفرص للتجمع الافتراضي قائمة على الاهتمامات المشتركة وليس القرب الجغرافي فيما بينهم، بما يجعل الفيس بوك أداة فعالة في الحملات السياسية.[٢]

وأشارت بيانات صدرت عام ٢٠١١ عن مركز Pew الأمريكي للإحصاءات إلى أن مستخدمي الفيس بوك أكثر احتكاكا وتفاعلا في عالم السياسة عن غيرهم.[٣]

وتكمن أهمية وسائل الإعلام الاجتماعي في قدرتها على التأثير والوصول إلى أكبر عدد من الأفراد من خلال خلق صورة ذهنية مواتية من أجل كسب دعمهم. وتتحصر أهمية هذه الوسائل من الناحية الاجتماعية في:[٤]

([1]) Atkin, David, et al**., Op., Cit.**, P.4
([2]) Das, Antara, **Op., Cit.**, P.8
([3]) Atkin, David, et al**., Op., Cit.**, P.28
([4]) http://www.ar.mideastyouth.com/?p=7223, accessed on January 11, 2012

- جذب أعداد كبيرة من الناس.
- توجيه رسائل متزامنة تتخطى حدود المكان والزمان.
- المساهمة الفعالة في إحداث تغيير على الصعيد الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والثقافي.

ويعد موقع تويتر من أشهر تطبيقات الإنترنت في المجال السياسي منذ ظهوره عام ٢٠٠٦، وهو يمثل مزيجا من خدمة التدوين المصغر Micro Blogging وكموقع للتواصل الاجتماعي.[١]

وظهرت قدرة تويتر على التعبئة السياسية عندما نشر ٥٠٠ ألف مستخدم أكثر من مليوني تغريدة خلال ٣ أسابيع فقط في يونيو عام ٢٠٠٩ حول التجاوزات في الانتخابات الرئاسية التي أثارت جدلا في إيران، وما تبعها من مظاهرات حاشدة في شوارع إيران، دفعت الحكومة إلى حجب خدمة تويتر عن المواطنين.[٢]

وتذهب العديد من الدراسات السياسية والأطروحات في مجال الإعلام والاتصال إلى أن شبكات الإعلام الاجتماعي Social Media تعد وسائل وأدوات فعالة في عمليات الإصلاح والتغيير الاجتماعي، والتحول الديمقراطي، والتعبير عن الآراء والهويات الاجتماعية والسياسية المختلفة.[٣]

وقد ساهمت شبكات الإعلام الاجتماعي في نجاح الثورات العربية والإطاحة بحكام مستبدين تولوا مقاليد السلطة لسنوات طويلة من خلال تحريكها للنشاط

---

(٤) شيماء ذو الفقار، **المرجع السابق**، ص٣٤٠

(2) Das, Antara, **Op., Cit.**, P.10

(3) Newsom, Victoria and Lengel, Lara**, Op., Cit.**, P.6

السياسي على أرض الواقع نظرا لما تتمتع به من مزايا اتصالية وإعلامية مختلفة منها:[1]

١- تقديم ساحة لتداول المعلومات السياسية.
٢- توفير مجال مفتوح للنقاش السياسي العام.
٣- تقديم أداة لصحافة المواطن دون رقابة.
٤- إمكانية الوصول للجماهير من أجل الحشد والتعبئة.
٥- توفير آلية للتنظيم وتنسيق الاحتجاجات وحركات النشطاء على الأرض.
٦- مرونة الاستخدام على أجهزة متعددة كالتليفونات المحمولة الذكية، فأصبح بالإمكان نقل الأحداث فورا بالصوت والصورة.
٧- توفير أداة اتصالية تتخطى الحدود الجغرافية تبعث برسائل لحشد الدعم العالمي.

وبالنظر إلى الدور الذي قامت به شبكات التواصل الاجتماعي، و خاصة الفيس بوك وتويتر في قيام واستمرار الثورات العربية، برز في الفكر الإعلامي والسياسي الغربي مفهوم الحتمية التكنولوجية Technological Determinism، والذي يؤكد على الدور الذي لعبته وسائل التواصل الاجتماعي في نشوب الانتفاضات العربية، بل ويذهب بعض الباحثين إلى أن هذه الوسائل كانت السبب الرئيسي في قيام الثورات العربية ولولا وجودها لم تكن هذه الثورات لترى النور أبدا.[2]

---

(1) **Ibid.**, P.9
(2) Martin, Brandie**, Op., Cit.**, P.3

وقد ساهم التطور في عالم أجهزة الاتصالات – الذي صاحبه تطور موازي في البرمجيات – في إتاحة المعلومات في أي وقت وأينما كان المستخدم، وذلك بواسطة أدوات الاتصال المحمولة صغيرة الحجم مثل: آي باد iPad والتليفونات المحمولة الذكية Smart Phones . وسوف تسهم سرعة النمو في مجال وسائل الإعلام الاجتماعية وتغييرها لشكل وتطبيقات الويب في إحداث تغيرات كبيرة في مجالات التسويق والتواصل الاجتماعي والنشر والألعاب والموسيقى.[١]

وتوضح بعض الإحصاءات الحديثة مدى انتشار ونمو هذه الوسائل الاجتماعية، وتكشف عن التأثير المحتمل لها في المجتمعات المختلفة:

- ٤٠ % من مستخدمي الإنترنت يتفاعلون على شبكات التواصل الاجتماعي أكثر من تفاعلاتهم الاجتماعية على أرض الواقع.[٢]
- استخدم أكثر من ٤٨٧ مليون فرد الفيس بوك في يوليو عام ٢٠١٠، وازداد هذا الرقم إلى ما يقرب من ٦٦٤ مليون شخص حول العالم في عام ٢٠١١، وتضاعف هذا الرقم تقريبا في عام ٢٠١٢ ليتخطى ٨٠٠ مليون مشترك.[٣]
- تخطى عدد مستخدمي الفيس بوك في عام ٢٠١٣ المليار مستخدم، ووصل حاليا إلى مليار و٤٤٠ مليون مستخدم، في حين يبلغ عدد المستخدمين النشطين يوميا ٩٣٦ مليون مستخدم.[٤]

([1]) Bernie Brennan & Lori Schafer, **Op., Cit.**, P.12
([2]) http://www.mediabistro.com/alltwitter/100-social-media-stats_b33696, accessed on March 14, 2015
([3]) http://www.internetworldstats.com/facebook.htm, accessed on March 14, 2013
([4])http://www.socialbakers.com/statistics/facebook/, accessed on December 2015

- بلغ عدد المستخدمين النشطين على تويتر حول العالم أكثر من ٣٠٠ مليون مستخدم، من أصل ٥١٧ مليون لديهم حسابات على الموقع.[١]

- يتم نشر حوالي ٥٠٠ مليون تغريدة على تويتر في اليوم الواحد، ٨٨ في المائة منها عبر الهواتف المحمولة.[٢]
- بلغ عدد المستخدمين النشطين لليوتيوب مليار مستخدم ، وتتم مشاهدة حوالي ٦ مليارات ساعة فيديو على اليوتيوب كل شهر.[٣]
- يتشابك مع الإنترنت عدد أجهزة إلكترونية يتخطى عدد سكان الأرض أنفسهم.[٤]
- بلغ عدد المدونات في العالم ٢٠٠ مليون مدونة على مختلف المواقع التي تقدم خدمة استضافة المدونات مثل: WordPress و Livejournal و Blogger و Tumblr .[٥]
- بلغ عدد مستخدمي +Google حوالي ٣٦٠ مليون شخص، في حين وصل عدد المشتركين في LinkedIn وInstagram ٣٠٠ مليون مستخدم .[٦]

---

(1) http://edudemic.com/2012/12/14-twitter-statistics-you-may-not-know, accessed on Dec. 14, 2015

(2) http://edudemic.com/2012/12/14-twitter-statistics-you-may-not-know/, accessed on Dec. 14, 2015

(3) http://www.youtube.com/yt/press/statistics.html, accessed on March 14, 2015

(4) http://www.mediabistro.com/alltwitter/100-social-media-stats_b33696, accessed on Dec. 14, 2015

(5) Bernie Brennan & Lori Schafer**, Op., Cit.**, P.10

(6) http://www.jeffbullas.com/2015/04/08/33-social-media-facts-and-statistics-you-should-know-in-2015/, in December 2015

- حسب ترتيب موقع "أليسكا" لتصنيف المواقع على مستوى العالم يحتل الفيس بوك المرتبة الثانية بعد جوجل ويليه اليوتيوب في المرتبة الثالثة، فيما يأتي تويتر في المرتبة التاسعة.[١]

- بلغ عدد مستخدمي الفيس بوك في مصر حتي بداية عام ٢٠١٣ حوالي ١٣ مليون شخص. وتأتي في المرتبة العشرين عالميا، والمرتبة الأولى عربيا وإفريقيا من حيث مستخدمي الفيس بوك.[٢]

وتتزايد هذه الأرقام بشكل متسارع جدا بصفة يومية، بل وأصبحت الأنشطة التي يمارسها الفرد على هذه المواقع الاجتماعية جزءا من حياته اليومية وتشغل مساحة كبيرة من الوقت الذي كان يخصصه من قبل لوسائل الإعلام التقليدية، لاسيما وأن مستخدمي هذه المواقع الاجتماعية عادة ما يقومون بنشر أجزاء من محتويات الإعلام السائد على هذه المواقع بغرض تعميم المعلومات التي وردت بها أو تحليلها أو انتقادها.

([1]) http://www.alexa.com/topsites, accessed on Dec. 14, 2015
([2]) http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/egypt, accessed on March 14, 2013

ثالثا: المدخل المجتمعي للإعلام البديل

يركز هذا الجانب من تعريف ممارسات الإعلام البديل على مفهوم المجتمع "Community"، أي المجتمع الذي تبث له وسائل الإعلام موادها ومضامينها.

ويوجد لمفهوم "المجتمع" تاريخ طويل في علمي الاجتماع والأنثروبولوجيا. وفي القرن التاسع عشر نظر تونيز Tonnies للفرق بين المجتمع المحلي "Community" والمجتمع الأكبر "Society"، ووفقا لهذا التنظير، يتميز المجتمع المحلي بوجود روابط إنسانية وثيقة وملموسة وهوية جماعية، أما السمة الغالبة على المجتمع الأكبر فهي غياب العلاقات الجماعية الوثيقة، فيكون الناس معزولين عن بعضهم البعض، ويكون المجتمع الأكبر خاليا من التلاحم الاجتماعي والقواسم المشتركة بين أفراده.[1]

يشير مفهوم المجتمع المحلي إلى "مجموعة من الناس يقيمون في منطقة جغرافية محددة، ويشتركون معا في الأنشطة السياسية والاقتصادية، ويكونون فيما بينهم وحدة اجتماعية ذات حكم ذاتي، تسودها قيم عامة، ويشعرون بالانتماء نحوها. ومن أمثلة المجتمع المحلي: المدينة والمدينة الصغيرة والقرية". وعلى الرغم من أن المجتمع المحلي يشكل وحدة جغرافية محلية، ويوفر لسكانه السلع والخدمات، فإنه ليس من الضروري أن يتحدد بحدود قانونية أو أن يمثل كيانا سياسيا مستقلا. ويذهب ميرسير Mercer إلى أن المجتمع المحلي هو "تجمع لأشخاص تنشأ بينهم صلات وظيفية، ويعيشون في

---

(1) Olga Guedes Bailey, et al., **Op., Cit.**, P.33

منطقة جغرافية محلية خلال فترة من الزمن، ويشتركون في ثقافة عامة ويوحد بينهم البناء الاجتماعي، ويظهرون وعيا بذاتهم المستقلة كجماعة".[١]

واتفق معظم دارسي المجتمع المحلي على أنه يتكون من أشخاص في حالة تفاعل اجتماعي داخل منطقة أو مساحة جغرافية، توحد بينهم صلة إضافية واحدة أو أكثر. وقد أعيد تحديد المفاهيم المتعلقة بالمجتمع المحلي لتشمل عناصر أخرى غير جغرافية، فيتم النظر إلى المجتمع على أنه يمثل "وحدة يتشارك فيها الأفراد الاهتمامات والمصالح". فيمكن أن يتمخض عن وحدة المصلحة أو الاهتمامات المشتركة الظروف التي تساعد على بروز أو وجود مجتمع ما. ويمكن لوحدة المصلحة أو الاهتمامات المشتركة أن تمتد عبر الأمم والقارات، وبذلك يتجاوز التعريف الجغرافي.[٢]

المجتمع الافتراضي Virtual Community

وقد ساهمت شبكة الإنترنت في تشكيل فضاء جديد هو الفضاء الإلكتروني "Cyberspace"، والذي يعد إطارا جديدا لعلاقات اجتماعية عابرة للقوميات والأماكن، فالمتعارف عليه أن الجماعة الاجتماعية هي مجموعة من الأفراد تجمع بينهم قيم مشتركة وشعور بالانتماء، ويعيشون في بيئة جغرافية مكانية واحدة، وتحكمهم قيم وأعراف يجتمعون عليها، ويتفقون فيما بينهم على وسائل الردع وقواعد الضبط الاجتماعي التي تحكم العلاقات فيما بينهم. ولكن الإنترنت عملت على تشكيل علاقات تتجاوز الإطار الجغرافي المكاني

---

(١) يسري دعبس، **المشاركة المجتمعية والتنمية المتواصلة**، (مركز البيطاش للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٨)، ص٤٤

(2) Olga Guedes Bailey, et al., **Op., Cit.**, P.37

وتفاعل الوجه بالوجه، وشكل مستخدموه – وخاصة الذين تجمع بينهم اهتمامات مشتركة – جماعات يطلق عليها اسم "المجتمع الافتراضي" أو "Virtual Community". وهو يمثل شكلا جديدا من أشكال التفاعل الإنساني الاجتماعي.[1]

وذلك ما أظهرته الدراسات حول تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال ICTs (Information and Communication Technologies) على الحياة اليومية، والتي أشارت إلى أن المجتمعات المحلية لا تتشكل فقط في المساحات الجغرافية المحددة، بل أيضا في الفضاء الإلكتروني Cyberspace. وتسمى هذه المجتمعات "مجتمعات افتراضية" أو "إلكترونية". ويعرف هوارد رينجولد Howard Rheingold المجتمع الافتراضي Virtual Community على أنه يتكون من عنصرين أساسيين هما:[2]

١- علاقات منظمة واهتمامات مشتركة تجمع أشخاصا لم يعرف بالضرورة كل منهم الأخر قبل الالتقاء إلكترونيا.

٢- اتصالات معتمدة على النص تتحول إلى اتصالات معتمدة على النص والصور والأشكال الرسومية والبيانية.

والمجتمع الافتراضي لدى رينجولد منفصل نسبيا عن الحياة الاجتماعية التي تتم فيها التفاعلات والاتصالات وجها لوجه في المجتمع الجغرافي.

---

(1) وليد رشاد ذكي، المجتمع الافتراضي، نحو مقاربة في المفهوم، في: **مجلة الديموقراطية**، مؤسسة الأهرام، القاهرة، العدد الرابع والثلاثون، إبريل، ٢٠٠٩، ص٩٧

(2) Olga Guedes Bailey, et al., **Op., Cit.**, P.36

ويرى البعض أن المجتمع الإلكتروني Online Community لا يختلف كثيرا في الأسس التي يقوم عليها عن المجتمع المحلي المعروف. فإذا كان الأخير يجمع بين مجموعة من الأفراد في مكان معين، فإن المجتمع الإلكتروني قد استبدل هذا المكان "Place" بمفهوم الفضاء "Space"، والذي يشير إلى الساحة الإلكترونية التي يتواصل الأفراد من خلالها. وإذا كان المجتمع المحلي بمفهومه التقليدي ينطوي على تشكيل الهوية الجماعية لأعضائه من خلال القيم والأعراف المشتركة بينهم، فإن المجتمع الإلكتروني يقوم أيضا على مجموعة من القيم والأعراف المشتركة بين المستخدمين، والمتعلقة في الأساس بلغة التواصل وأساليبه على شبكة الإنترنت.[١]

ويصف كاستيلز Castells "المجتمع الافتراضي" بأنه شبكة إلكترونية من الاتصالات التفاعلية المنظمة حول مصلحة أو غرض مشترك، وإن كان الاتصال يصبح أحيانا هدفا في حد ذاته. ويمكن إضفاء صبغة رسمية على بعض هذه التجمعات مثل: حالة المؤتمرات المستضافة، أو يمكن أن تشكل عفويا وتلقائيا بواسطة مواقع الشبكات الاجتماعية. ويمكن أن يشكل الأفراد داخل هذه المجتمعات الافتراضية تجمعات قوية ومتلاحمة تجعل هذه المجتمعات عالمية أو تربط بين جماعات لها اهتمام مشترك في عدة دول مثل الحركات السياسية والثورية. ومن هنا تثبت هذه المجتمعات أن القرب الجغرافي لا يكون في كل الأحوال شرطا ضروريا لقيام مجتمع ما.[٢]

ويذهب كوينتين جونز Quentin Jones إلى أن المجتمع الافتراضي يشير إلى ما هو أكثر من مجرد "سلسلة من الرسائل". ويرى أن هذه

([1]) Andrew Dewdney & Peter Ride, **Op., Cit.**, P.174
([2]) Olga Guedes Bailey, et al., **Op., Cit.**, P.38

المجتمعات الافتراضية تخلق ما يسمى بالمستوطنات الافتراضية "Virtual Settlements". ويرى جونز أن هذه المستوطنات تتطلب ثلاثة عناصر هي:[1]

١- مجموعة من المستخدمين المشتركين في هذا المجتمع الافتراضي.

٢- فضاء مشترك يجتمع فيه هؤلاء المستخدمون ويتواصلون من خلاله، وتتاح لكل مستخدم منهم إمكانية الاتصال بالمستخدمين الآخرين في المجتمع. وقد يكون هذا الفضاء موقعا للشبكات الاجتماعية أو منتدى أو غرفة دردشة أو غيرها.

٣- حد أدنى من استمرارية اشتراك هؤلاء المستخدمين في هذا الفضاء الإلكتروني المشترك لضمان التحول من مجرد "تبادل الرسائل الإلكترونية" إلى "فضاء أو مكان مشترك" ينشأ المجتمع الافتراضي في إطاره.

المشاركة والوصول Participation and Access

إن الإعلام البديل موجه نحو مجتمع محلي ما، بغض النظر عن طبيعته – سواء كان جغرافيا/مكانيا أو غير ذلك – لكن العلاقة بين وسيلة الإعلام والمجتمع المحلي الفعلي تتجاوز الاتصال التقليدي "في اتجاه واحد"، والذي يختار موضوعاته ومضامينه أشخاص مهنيون متخصصون في الاتصال. وينبغى على الإعلام المجتمعي أن "يشجع على مشاركة هذا المجتمع". فالعلاقات بين جهة البث الإذاعي مثلا والمجتمع المحلي يحكمها ويحددها

---

(1) Andrew Dewdney & Peter Ride, **Op., Cit.**, P.176

مفهوم الاتصال ثنائي الاتجاه. وهنا تصبح مفاهيم الوصول Access والمشاركة Participation ذات مغزى.[1]

ويمكن تعريف الوصول بأنه "إتاحة الفرص للجمهور من أجل اختيار برامج مناسبة وامتلاك وسيلة لنقل ردود أفعاله لمنظمات الإنتاج الإعلامي"، في حين تشير المشاركة إلى "مستوى أعلى من الانخراط العام في عملية الإنتاج وفي إدارة وتخطيط نظم الاتصال". وفي هذا الصدد نجد أن وسائل الإعلام البديلة لا تسمح فقط بمشاركة أعضائها (أو المجتمع) في كل من المحتوى المنتج، وفي إدارة المنظمة المنتجة للمحتوى، بل تسهلها أيضا.[2]

وتبعا لهذا المدخل الذي يركز على العلاقة بين جهة البث الإعلامي والمجتمع في تعريف الإعلام البديل، فإنه لا يتم النظر إلى الجمهور باعتباره مجموعة من الأفراد يشتركون في خصائص اجتماعية أو ديموغرافية أو اقتصادية، بل ينظر إليه على أنه مجموعة من الناس تربط بينهم سلسلة من العلاقات الجماعية.

وعلى الرغم من المحاولات التي تقوم بها وسائل الإعلام التقليدية لتنظيم أشكال من مشاركة الجمهور، إلا أن وسائل الإعلام البديلة أثبتت أنها أكثر نجاحا في توفير أطر أعمق للمشاركة في الإعلام، سواء إلكترونيا أو غير ذلك. ويقول باريجان Barigan إنه يجب اعتبار "الوصول من جانب المجتمع" و "مشاركة المجتمع" عاملين محددين وحاكمين للإعلام البديل. ويعرف وسائل الإعلام البديلة بأنها "*وسائل إعلام يستطيع أفراد المجتمع الوصول إليها طلبا للمعلومات والتثقيف والترفيه وقتما يشاءون، كما أنها*

([1]) Olga Guedes Bailey, et al., **Op., Cit.**, P.40
([2]) **Ibid.**, P.34

وسائل إعلام يشارك فيها أفراد المجتمع كمخططين ومنتجين ومؤديين. إنها وسائل للتعبير عن المجتمع وليس بالنيابة عن المجتمع".[١]

وعند التركيز على دور الإعلام البديل في تسهيل المشاركة، يجب التفرقة بين المشاركة في الإعلام والمشاركة من خلال الإعلام. وتتعلق الأولى بمشاركة غير المهنيين في إنتاج المواد الإعلامية (المشاركة المتصلة بالمضمون أو المحتوى)، وفي اتخاذ القرارات الإعلامية (مشاركة هيكلية). أما المشاركة من خلال الإعلام، فتعني المشاركة الموسعة في النقاش العام من أجل التمثيل الذاتي في المجالات العامة. أي تمكين وتسهيل المشاركة الكلية. إن المشاركة في الإعلام ومن خلال الإعلام لا ترى العملية الاتصالية على أنها سلسة من الممارسات التي يتحكم فيها بشكل مقيد رجال الإعلام المهنيون، ولكن كحق من حقوق الإنسان التي أقرتها الأمم المتحدة.[٢]

الإعلام المجتمعي Community Media

يركز هذا المدخل على عنصر المجتمع المحلي في الإعلام البديل (أو الإعلام المجتمعي)، وكيف يتصل تنظيم المؤسسة وسياساتها الإعلامية بهذا العنصر. ويعرف هاولي Howley "الإعلام المجتمعي" بأنه: مبادرات إعلامية ذات توجهات شعبية أو محلية، ترتكز على إحساس عميق بالسخط والاستياء من الشكل والمضمون الإعلاميين الرسميين، ومكرسة لإعلاء مبادئ التعبير الحر والمشاركة الديمقراطية، وملتزمة بتعزيز العلاقات والتضامن المجتمعي.[٣]

([1]) **Ibid.**, P.35
([2]) **Ibid.**, P.36
([3]) Kevin Howley, **Community Media: People, Places, and Communication Technologies**, (Cambridge University Press, UK,

ويقول كيد Kidd إنه من المتوقع أن يعمل الإعلام البديل على تغيير الأنظمة الإعلامية السائدة، وعلى إحداث تأثيرات في البيئة الثقافية والاجتماعية التي تعمل فيها هذه النظم. وفي نظر كيد، يعد الإعلام البديل ممارسات اجتماعية وثقافية يقوم بها "الناس من أجل الناس" في إطار مكان محدد. وهو يشير إلى أن وسائل الإعلام البديلة تنمو وتزدهر في المجتمعات التي تقوم على خدمتها، وتخلق فضاءات لتوليد الذكريات التاريخية وتحليلها، مع تقديم رؤى عن مستقبل المجتمع، وهي تقاوم في ذلك التمثيلات التي يقدمها الإعلام المهيمن، وتقوم بهذه الوظائف من خلال عدة أشكال كالأخبار والسرد والمحادثة والنقاش.[١]

وفي ظل غياب تعددية الأصوات والآراء ووجهات النظر في وسائل الإعلام السائدة، أخذ الناس حول العالم على عاتقهم تصحيح مسار تكنولوجيا الاتصال، في محاولة لزيادة رقعة الحوار العام، ولتأمين فضاء للتعبير عن الثقافة المحلية، ولتعزيز المشاركة الديمقراطية على المستويات المحلية والوطنية والإقليمية والدولية. وبذلك تعد مبادرات الإعلام المجتمعي من أكثر الاستراتيجيات الاتصالية الفعالة في إطار الكفاح العالمي من أجل تحقيق ديمقراطية الاتصال، والتأكيد على استقلال المجتمعات المحلية في مواجهة الموجة العاتية لخصخصة وتركيز ملكية وسائل الإعلام.[٢]

وتتخطى الرغبة في إنشاء وسائل إعلام مجتمعية مجرد كونها رد فعل على أوجه القصور في النظام الإعلامي السائد، فقد جاء الإعلام المجتمعي ليعبر عن نموذج مختلف للبث، وهو نموذج يقوم على مفهومي المشاركة

2005), P.2

([1]) **Ibid.**, P.4

([2]) **Ibid.**, P.16

والوصول بدلا من الربح والاحترافية. ولذلك يتم النظر إليه باعتباره جزءا ضروريا من الأنظمة الإعلامية الديمقراطية والتعددية.[1]

وتعد الإذاعة حالة ممتازة يمكن من خلالها توضيح إمكانات المشاركة التي تتمتع بها وسائل الإعلام البديلة في الإطار المجتمعي، وخاصة قبل ظهور التقنيات الحديثة على شبكة الإنترنت، والتي سهلت كثيرا من إطلاق منصات إعلامية بديلة مكتوبة ومسموعة ومرئية أو تعتمد على الوسائط المتعددة.

وقبل ظهور الإنترنت، وخاصة تطبيقات الاتصال الحديثة التي يتيحها الويب ٢، كانت الإذاعة من أيسر الوسائل التي يمكن لأي مجتمع أن يقيمها، فإنشاء محطة إذاعية ليس معقدا أو مكلفا كما يعتقد البعض. وأثبتت التجربة في كثير من البلدان أنه في متناول أي مجتمع محلي تقريبا أن ينشئ إذاعة مجتمعية خاصة به.[2]

ولقد كافحت المجتمعات على مر التاريخ الإذاعي لكي تكون لها محطات إذاعية محلية تخدمها، يشرف عليها أفراد المجتمع أنفسهم. وخاضت معارك كبيرة مع أنظمة الاتصال الرسمية لكي تحصل على تراخيص البث، وإن لم تتمكن من ذلك كانت تلجأ إلى البث غير الشرعي فيما يطلق عليه محطات القرصنة (Pirate Radio). إلا أن هذه المحطات يمكنها الاستفادة الآن من الإمكانيات الهائلة للاتصال على شبكة الإنترنت، والتي لا تخضع في معظم الأحيان إلى رقابة مباشرة من الدولة. ولكن التحدي القائم أمام هذه المحطات

([1]) Kate Coyer, et al., **Op., Cit.**, P.111
([2]) Olga Guedes Bailey, et al., **Op., Cit.**, P.94

هو الحفاظ على مبدأي المشاركة والوصول من قبل أفراد المجتمع الذي تخدمه (سواء كان جغرافيا أو مجتمع توحده المصالح والاهتمامات).[١]

وقد صيغ مصطلح "الإذاعة المجتمعية" Community Radio لأول مرة في نشرة بعنوان "إمكانيات الإذاعة المحلية"، من تأليف باول Powell عام ١٩٦٤. واستخدم هذا المصطلح للتعبير عن فكرة وجود محطات إذاعية محلية صغيرة يتولى المواطنون تشغيلها والتحكم فيها. وتعتبر المحلية Localism إحدى الخصائص المميزة للإذاعة ووسائل الإعلام البديلة التي تخدم المجتمع المحلي.[٢]

وتتخطى الإذاعات المجتمعية كونها محطات راديو فقط، إذ أنها وسيلة من وسائل التنظيم الاجتماعي والمشاركة المجتمعية. وتنقسم أنشطة الإذاعات المجتمعية إلى ٩٠ % في إطار المشاركة المجتمعية، و١٠ % للعمل الإذاعي المتعارف عليه. ويصف هاولي Howley نمط المحطات الإذاعية البديلة بأنها: "المبادرات الإذاعية المركزة على المجتمع المحلي، غير التجارية، التجريبية، المعتمدة على المشاركة، الديمقراطية داخليا، والتي يقوم على إدارتها متطوعون بدرجة رئيسية". ويضيف أنها مصدر للأخبار المحلية والترفيه والمعلومات. إنها محطات إذاعية تدار لفائدة المجتمع (سواء كان جغرافيا أو افتراضيا)، وليس لمصلحة أصحاب المحطة.[٣]

ولا يقتصر الإعلام المجتمعي على الإذاعات المحلية المجتمعية فقط، وإنما يضم أيضا ممارسات صحافة مكتوبة وبث تليفزيوني مجتمعي، ومن الأمثلة على ذلك: تليفزيون Downtown المجتمعي، والذي يخدم منذ ربع

([1]) **Ibid.**, P.96
([2]) **Ibid.**, P.97
([3]) Kate Coyer, et al., **Op., Cit.**, P.113

قرن سكان جنوب مانهاتن في الولايات المتحدة الأمريكية، وصحيفة Street Feat الكندية المجتمعية، والتي يقوم على تحريرها وإنتاج محتواها الإعلامي المشردون في أنحاء البلاد، وينقلون من خلالها معاناتهم الاجتماعية والاقتصادية والنفسية.[1]

([1]) Kevin Howley, **Op., Cit.**, P.9

رابعا: المدخل البنائي (الإعلام البديل كجذمور)

مجاز الجذمور Rhizome

الجذمور هو نبات عضوي مثل: البطاطس، يعتمد في نموه على هيكل من الجذور، وليس له ساق واحد أو جذر مركزي، ولكنه ينمو بالاعتماد على شبكة من الجذور التي تربط بين الفروع المختلفة، وتنمو من خلالها براعم وجذور فرعية أخرى. طرح مجاز الجذمور المؤلفان ديلوز وجوتاري Deleuze and Guttari في أواخر السبعينات وأوائل الثمانينات، واستخدماه في تحليل أسلوب بديل من التفكير حول الهياكل الثقافية والاجتماعية والعلاقات بين القوى المختلفة في المجتمع.[١]

ويقوم مجاز الجذمور الذي استخدمه ديلوز وجوتاري على التجاور بين الفكر الجذموري Rhizomatic Thinking ، والفكر الشجري Arbolic Thinking، فالفكر الشجري عبارة عن هيكل خطي هرمي يمكن تمثيله على هيئة شجرة تنقسم فروعها باستمرار إلى فئات أصغر. أما الفكر الجذموري، فيتميز باللاخطية والفوضوية. وعلى عكس الأشجار وجذورها، يصل الجذمور أي نقطة بأي نقطة أخرى داخل الشبكة.[٢]

ويذكر ديلوز وجوتاري عدة خصائص للفكر الجذموري وهي:[٣]

- **الترابط والتنافر:** وتعني هذه الخاصية إمكانية ربط أي نقطة في الشبكة بأي نقطة أخرى رغم الخصائص المختلفة للمكونات.

([1]) Andrew Dewdney & Peter Ride, **Op., Cit.**, P.302
([2]) Olga Guedes Bailey, et al., **Op., Cit.**, P.65
([3]) Andrew Dewdney & Peter Ride, **Op., Cit.**, P.303

- **التعددية:** لا يعمل كل عنصر من عناصر الجذمور داخل مجموعة ثابتة من القواعد، بل يمثل كل عنصر من عناصر الجذمور كيانا يعمل في إطار قواعد في حالة حركة مستمرة بسبب إدخال عناصر جديدة باستمرار.
- **التمزق:** بمعنى أن الجذمور يمكن أن يتحطم أو يتمزق في نقطة معينة ولكنه سيبدأ من جديد بالاستناد إلى أحد خطوطه القديمة أو بالاعتماد على خطوط جديدة.

ويصف مجاز الجذمور أشكالا مرتبطة أفقيا ولا خطية وغير هرمية من التنظيمات الاجتماعية والأفكار وعمليات الاتصال.[١] فهو يمثل مجموعة من التنظيمات القاعدية المستقلة في حد ذاتها والمترابطة معا في الوقت نفسه داخل شبكة الجذمور.

الإعلام الجذموري Rhizomatic Media

إن المدخل الجذموري لوسائل الإعلام البديلة يركز على ثلاثة جوانب:[٢]

- دور وسائل الإعلام البديل في النظام الاجتماعي القائم.
- الطبيعة المراوغة المحيرة لهذه الوسائل.
- صلتها بالدولة والسوق.

ويقوم هذا المدخل على الأهمية التي يتم عزوها للمجتمع المدني ودوره الديمقراطي في المجتمعن ولكن دون أن يقف التركيز الرئيسي هنا عند وصف أهمية وسائل الإعلام البديلة كجزء من المجال العام فقط، بل ينصب على دورها كنقطة التقاء لمختلف الحركات والتيارات والجماعات. وبهذه

([1]) Kate Coyer, et al., **Op., Cit.**, P.9
([2]) Olga Guedes Bailey, et al., **Op., Cit.**, P.66

الطريقة لا تعمل وسائل الإعلام البديلة فقط كأداة تعبر بها جماعة واحدة من الناس عن آرائها إزاء قضية محددة، بل تصبح أيضا وسيلة لإعادة التعبير عن التجمعات الإنسانية والتنظيمات الاجتماعية المنخرطة جميعا في أنواع مختلفة من النضال من أجل العدالة.[1]

إن وسائل الإعلام البديلة لا تولد من فراغ، وإنما تمثل كل وسيلة بديلة منظمة مدنية أو حركة اجتماعية أو جماعة سياسية أو مجموعة من النشطاء الذين يدعمون قضية ما أو جمعية أهلية أو تنموية، وهو ما يشير إليه جورج ستوني George Stoney بمصطلح "Media Plus Organization"، عندما يتحدث عن وسائل الإعلام البديل فيقول: "لا يحدث التغيير من خلال الإعلام فقط، بل إنه يتخطى الإعلام. إنه الإعلام الذي تقف وراءه منظمة ما".[2]

إن المدخل لوسائل الإعلام البديل باعتبارها جذمورا يمكن أيضا من إبراز مرونة واحتمالية المنظمات الإعلامية البديلة، على العكس من الطرق الأكثر جمودا وتصلبا لعمل الوسائل العامة والتجارية. وتعني المرونة هنا أن وسائل الإعلام البديلة تستطيع – من خلال مجرد وجودها وعملها في المجتمع – أن تشكك في أداء المنظمات الإعلامية العامة والتجارية، وأن تزعزع استقرار ثوابتها وجمود أساليبها. وتجعل هذه الطبيعة المراوغة من السيطرة على وسائل الإعلام البديلة ككل وتحجيمها من خلال قوانين وتشريعات أمرا صعبا.[3]

([1]) **Ibid.**, P.69
([2]) Kate Coyer, et al., **Op., Cit.**, P.10
([3]) Olga Guedes Bailey, et al., **Op., Cit.**, P.68

وكغيرها من الممارسات الثقافية الأخرى، فإن وسائل الإعلام البديل تنشأ في سياق سياسي واجتماعي وثقافي محدد، وتقوم بمواجهة أوجه القصور فيه. وتكون ممارسات الإعلام البديل متضمنة في العلاقات الاجتماعية القائمة بين مكونات المجتمع الذي تعمل من خلاله.[١]

كما إن وسائل الإعلام البديل لا تعمل خارج نطاق السوق أو الدولة تماما، الأمر الذي يخفف من علاقة الخصومة تجاه السوق والدولة. إنها ليست مضادة أو مناهضة للهيمنة فحسب، بل تتعاون مع السوق والدولة، وبهذا المعنى تتخطى حدود الهيمنة، حيث تقيم بالفعل أنواعا مختلفة من العلاقات مع السوق والدولة لأسباب غالبا ما تتعلق بالبقاء. وبهذه الطريقة يمكن أن يستمر النظر إليها على أنها كيانات يمكن أن تزعزع استقرار ثوابت المنظمات الإعلامية العامة والتجارية.[٢]

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في توسيع الجذمور

بذلت وسائل الإعلام البديلة محاولات عديدة من أجل التغلب على القيود المتصلة بالنطاق دون المساس بتركيزها على المحلية (خدمة المجتمع المحلي). ومن الأمثلة على ذلك "**الرابطة العالمية لمحطات الإذاعة المجتمعية**" (AMARC)، والتي تتخطى النطاق المحلي من خلال الربط بين الإذاعات المجتمعية على المستوى العالمي، وفي الوقت نفسه تحمي صلتها بالجانب المحلي من خلال قاعدة عضويتها المحلية.[٣]

([1]) Kate Coyer, et al., **Op., Cit.**, P.10
([2]) Olga Guedes Bailey, et al., **Op., Cit.**, P.68
([3]) **Ibid.**, P.201

وقد لعبت تكنولوجيا المعلومات والاتصال ICTs دورا حيويا في إمكانية تخطي وسائل الإعلام البديل للحدود المحلية، وخلق روابط جذمورية بينها وبين وسائل إعلام بديلة أخرى أو حركات اجتماعية أو جماعات سياسية منتشرة في أرجاء العالم. ومن هنا ظهرت مصطلحات مثل: "المجتمع المدني العالمي" و "الحركات الاجتماعية المتخطية للحدود القومية".[1]

وهنا تشير الصلات الجذمورية إلى هياكل تنظيمية يمكن أن تظل فيها وسائل الإعلام البديلة وثيقة الصلة بالمجتمعات المحلية، وأن تصبح في الوقت نفسه منخرطة في شبكات متخطية للحدود تتميز بالتعبير عن المنظمات الإعلامية وأهدافها. وهكذا يصبح المنهج الجذموري بالغ الأهمية في تفادي وضع الإعلام البديل عند أحد جانبي التقسيم الثنائي للمحلي في مقابل العالمي، حيث أنه يفتح الطريق أمام ظهور طرق للتنظير بشأن كيفية تلامس المحلي والعالمي، وكيف يقوي كل منهما الأخر داخل منظمات الإعلام البديل.[2]

ويمكن اعتبار ظهور وانتشار المراكز الإعلامية المستقلة Independent Media Centers (IMC) مثالا جيدا على دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تخطي حدود المحلية، وخلق روابط عالمية بين منظمات الإعلام البديل.

شبكة المراكز الإعلامية المستقلة Indymedia

تعد شبكة المراكز الإعلامية المستقلة أو المعروفة اختصارا بإنديمديا Indymedia واحدة من أقدم شبكات الإعلام البديل على الإنترنت، ويرجع تاريخ إنشائها إلى عام ١٩٩٩، بغرض تغطية الاحتجاجات على قمة منظمة

---

(1) Mjos, Ole, **Op., Cit.**, P.13
(2) **Ibid.**, P.15

التجارة العالمية التي عقدت يوم ٣٠ من نوفمبر في مدينة سياتل Seattle الأمريكية.[1]

أنشئت شبكة إنديمديا على يد مجموعة من المنظمات الإعلامية المستقلة والبديلة بالتعاون مع النشطاء بغرض تقديم تغطية إعلامية شعبية للاحتجاجات على اجتماعات منظمة التجارة الدولية في سياتل. وقد عمل المركز كمقر لتبادل المعلومات بين الصحفيين، وقام بتوفير تقارير وصور وملفات صوت ومقاطع مصورة يتم تحديثها باستمرار على موقعه على الإنترنت. وبالاستعانة بالمواد المصورة التي تم جمعها، قام مركز الإعلام المستقل في سياتل بإنتاج سلسلة من الأفلام الوثائقية، وداوم الاتصال يوميا بالأقمار الصناعية ونشر هذه المواد المصورة في محطات التليفزيون العامة في الولايات المتحدة الأمريكية. كما قام المركز أيضا بإنتاج صحيفة خاصة به، ووزعها في سياتل وغيرها من المدن بالاستعانة بالإنترنت، بالإضافة إلى المئات من مقاطع الصوت التي تم بثها على الويب وفي أحد الاستديوهات في سياتل، فيما شكل محطة إذاعية تقدم خدماتها عبر الأربع وعشرين ساعة على الإنترنت وعبر الأثير أيضا. وتصفح الموقع الإلكتروني الخاص بإنديميديا، والذي يعتمد سياسة النشر المفتوح، وقتها ما يزيد على مليوني مستخدم. وبرز هذا الموقع على مواقع شهيرة مثل: أمريكا أون لاين وياهو والسي إن إن والبي بي سي أون لاين، وغيرها من المواقع العديدة على شبكة الإنترنت. ومن خلال شبكة مستقلة ولا مركزية، قام المئات من النشطاء في مجال الإعلام بإقامة مراكز إعلامية مستقلة في لندن وكندا والمكسيك وبراج

---

(1) Natalie Fentom, **Op., Cit.**, P.172

وبلجيكا وفرنسا وإيطاليا خلال السنة التي تلت احتجاجات سياتل. ومنذ ذلك الحين، يتم إنشاء مراكز إعلام مستقلة في جميع القارات.[١]

وتهدف إنديميديا إلى إتاحة ساحة مفتوحة وتشاركية للنشر الإلكتروني. وتجمع المواد الإعلامية المنشورة من إنتاج مراكز الإعلام المستقلة المنتشرة في أنحاء العالم، وتنشرها على موقع الشبكة العالمي، فيما يقوم كل مركز محلي تابع لإنديمديا بنشر المحتوى الذي ينتجه المواطنون على الموقع الإلكتروني الخاص به، وعلى سبيل المثال موقع إنديمديا في المملكة المتحدة هو (www.indymedia.uk.org).

وتعد إنديميديا من أشهر الخدمات الإخبارية البديلة على شبكة الإنترنت، كما يمكن اعتبارها مثالا ممتازا على مايطلق عليه "صحافة المواطن" Citizen Media، فالمواطنون في إنديمديا هم المسئولون عن جمع الأخبار وإنتاج المضامين الإخبارية ونشرها وتوزيعها، ولا توجد مساحة للصحفيين المحترفين تماما.[٢]

وتسعى إنديميديا إلى بناء الديمقراطية في الإعلام من خلال تقديم تغطيات متعمقة ودقيقة للقضايا التي تهم المجتمعات حول العالم، وتعمل على تسهيل وصول المواطنين للمعلومات والإمكانيات التكنولوجية المتاحة من أجل معاونتهم على إنتاج وتوزيع مواد إخبارية وتقديم رؤى تحليلية للأحداث. ويرتكز عمل شبكة مراكز الإعلام المستقلة على شعار "**كل شخص شاهد**

---

(1) http://www.indymedia.org/en/static/about.shtml, accessed on October 27, 2012

(2) Peter Dahlgren, **Op., Cit.**, P.176

عيان، كل شخص صحفي". وتفتح إنديميديا المجال أمام النشطاء على الساحة المجتمعية وللصحفيين المستقلين والجماعات المهمشة من أجل المساهمة بالقصص الإخبارية والتحليلات ومقالات الرأي والصور وملفات الصوت والفيديو. وتروج إنديميديا لقضية العدالة الاجتماعية والاقتصادية على المستوى المحلي والعالمي، وتعمل على الربط بين المجتمعات وخلق شعور بالانتماء والتضامن بين أفراد المجتمعات الجغرافية حول العالم.[1]

وتركز إنديميديا في تغطياتها للأحداث على تشجيع المواطنين على المشاركة في الأنشطة السياسية والاحتجاجية في مختلف أنحاء العالم، وتنقل رؤى النشطاء السياسيين والحركات الاجتماعية والاقتصادية المناهضة للأنظمة السائدة.[2]

وبمرور الوقت، أصبحت إنديميديا بمثابة "حركة عالمية مناهضة للرأسمالية"، وارتبط عملها بتغطية الاحتجاجات ضد العولمة والممارسات الاقتصادية الرأسمالية. حيث قامت إنديميديا بنقل تفاصيل هذه الاحتجاجات ووسائل القمع التي استخدمت لاحتوائها، وقدمت مواد إعلامية متنوعة وبكميات ضخمة حصلت عليها من النشطاء العاملين في مراكز الإعلام المستقلة التابعة لها حول العالم، ففي الاحتجاجات التي صاحبت قمة مجموعة الثمانية الكبار عام ٢٠٠٥ في اسكتلندا، نشرت إنديميديا ما يزيد على ٢٣ ألف صورة فوتوغرافية ومئات التقارير المكتوبة وعشرات التقارير المصورة. وبذلك احتفظت بسجل ثري ومتعمق لأنشطة الحركات الاحتجاجية

---

(1) Kevin Howley, **Op., Cit.**, P. 16
(2) Natalie Fentom, **Op., Cit.**, P. 180

التي حاولت التصدي لشرعية مجموعة الثمانية وللسياسات الرأسمالية التي تمثلها.[1]

وقد دعم نظام العمل في إنديميديا مفهوم "المواطن العالمي" Global Citizen، حيث يستطيع أي فرد في أي مكان بالعالم أن ينشر على موقع إنديميديا التقارير الإخبارية التي قام بإنتاجها بنفسه، سواء كانت نصا أو صوتا أو ملفات فيديو، دون أدنى تدخل من إدارة الموقع في تحريرها أو تعديلها، لتصبح متاحة أمام المواطنين الأخرين في كافة أنحاء العالم.[2]

---

(1) Kate Coyer, et al., **Op., Cit.**, P.78
(2) **Ibid.**, P.71

خلاصة الفصل الثاني

بعد عرض المداخل الأربعة التي يمكن من خلالها النظر إلى ممارسات الإعلام البديل وتطبيقاتها المختلفة على الإنترنت، يمكننا هنا الإشارة إلى عدد من الخطوط العريضة التي تسهم في فهم طبيعة وخصائص وأسلوب عمل هذه الوسائل غير التقليدية:

١. أن ممارسات الإعلام البديل ليست مجرد أساليب جديدة للاتصال والتعبير عن المواقف والآراء المختلفة فقط، بل أنها تتعدى ذلك لتصبح انعكاسا للظروف الاجتماعية والسياسية السائدة، ونتاجا للتفاعل الطبيعي بين الجمهور ووسائل الاتصال التكنولوجية الحديثة.

٢. أن وسائل الإعلام البديل استطاعت أن تجمع بين المحلية والعالمية في آن واحد، بما يحقق ميزة فارقة لمكونات المجتمع المدني في التعبئة والانتشار على المستوى الوطني من جهة، والحشد العالمي من جهة أخرى.

٣. أن استحداث وسائل اتصالية تكنولوجية جديدة لا يمثل تهديدا على الوسائل القائمة بالفعل، بل ينتج عن ذلك خليط من الممارسات الإعلامية من خلال أشكال التداخل بين ما هو سائد وما يعبر عن رؤى بديلة.

٤. أن الخاصية المحددة لوسائل الإعلام البديل تكمن في الأدوار التي يقوم بها الجمهور (المستخدمون)، والذي أصبح بإمكانه أن يكون ناقدا ومحللا وناشرا بل وصحفيا أيضا.

٥. أن وسائل الاتصال التكنولوجية الحديثة القائمة على الويب لا يمكنها أن تعمل بمفردها، فالعنصر الإنساني هو حجر الأساس. وعملية التفاعل عبارة عن إرادة وقدرة إنسانية تعبر عن التغيير باستخدام ما تتيحه تطبيقات الاتصال الحديثة من إمكانات.

٦. أن وسائل الاتصال الحديثة على شبكة الإنترنت ساهمت بشكل كبير في خلق زخم فكري وثقافي وسياسي يجذب إليه طبقات المجتمع المختلفة، ليصبح الإنترنت ساحة عامة للنقاش وتبادل الآراء، بل والجدل السياسي والتعبئة أيضا.

٧. يمكن لوسائل الإعلام البديلة على الإنترنت، والتي تحقق معدلات انتشار متنامية في السنوات الأخيرة، أن تلعب دورا فعالا على مستوى التنمية المحلية، وتفعيل الحركات الاجتماعية، ونشر أفكار التغيير.

٨. وأخيرا، يصعب تحديد مفهوم دقيق وجامع مانع للممارسات الإعلامية البديلة نظرا لتنوعها وتداخلها وتعدد مداخل دراستها وأشكالها المتعددة. إلا أنه يمكن القول أنها تمثل "**أنشطة اتصالية، قد تكون فردية أو منظمة، يقوم بها مستخدمو الوسيلة الاتصالية أنفسهم، ولا تهدف للربح بصفة أساسية، بل تسعى للتعبير عن مواقف وآراء وأفكار جماعة أو طائفة ما أو مناصرة قضية أو شخص محدد أو نشر أفكار معينة**".

الفصل الثالث

إجراءات الدراسة الميدانية ونتائجها

ويشتمل هذا الفصل على :

- تمهيد
- مشكلة الدراسة
- أهداف الدراسة
- تساؤلات الدراسة وفروضها
- متغيرات الدراسة وتعريفاتها وقياسها
- التصميم المنهجي للدراسة
- الإجابة على تساؤلات الدراسة
- نتائج اختبارات الفروض
- مناقشة النتائج
- حدود الدراسة
- مقترحات
- ملخص الدراسة

إجراءات ونتائج الدراسة الميدانية

تمهيد

يعرض هذا الفصل لدراسة ميدانية بعنوان: "**علاقة الشباب الجامعي بمواقع الإعلام البديل على الإنترنت**"، ويتناول الجوانب المتعلقة بمشكلة الدراسة وأهدافها، والمتغيرات التي تخضعها للبحث والتعريفات الإجرائية لهذه المتغيرات وطرق قياسها، بالإضافة إلى إجراءات التصميم المنهجي للدراسة، والفروض التي تم اختبارها، والتساؤلات التي تسعى الدراسة للإجابة عليها، ثم مناقشة النتائج التي توصلت إليها.

مشكلة الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على معدلات استخدام الشباب المصري لمواقع الإعلام البديل على الإنترنت (الفيس بوك وتويتر) وما يرتبط بهذا الاستخدام من عوامل أخرى مثل: معدل التعرض لوسائل الإعلام التقليدية من صحف وراديو وتليفزيون، ومدى التفاعل على المواقع الإلكترونية والإخبارية، ومعدلات الاهتمام السياسي والمشاركة في الأنشطة العامة والمجتمعية. كما تولي الدراسة اهتماما باكتشاف خصائص ذوي المعدلات المرتفعة من استخدام هذه المواقع البديلة مثل: النوع والمستوى الاقتصادي الاجتماعي، والانتماء إلى جماعة سياسية معينة أو تبني تيار فكري محدد أو اتجاه سياسي معين.

أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى اختبار العلاقة الارتباطية بين تعرض الشباب الجامعي لتطبيقات الفيس بوك وتويتر باعتبارهما إحدى مواقع الإعلام البديل الإلكترونية من جهة، ومجموعة متغيرات بعضها إعلامي وبعضها سياسي والبعض الأخر ديموغرافي من جهة أخرى. بالإضافة إلى مجموعة من الأهداف الأخرى الفرعية وهي كالتالي:

١- التعرف على معدلات تعرض الشباب الجامعي لمواقع الإعلام البديل على الإنترنت، وخاصة التطبيقات الإعلامية على شبكة الفيس بوك (Facebook) وتويتر (Twitter).

٢- معرفة خصائص الشباب الذي يتعرض لوسائل الإعلام البديل على الإنترنت مثل: النوع، والمستوى الاقتصادي الاجتماعي، والانتماء السياسي، والاتجاه السياسي في محاولة للكشف عن هوية جمهور هذه الوسائل الجديدة.

٣- معرفة معدل تعرض مستخدمي الوسائل البديلة على الإنترنت لغيرها من منافذ الإعلام الأخرى، التقليدي منها والإلكتروني أيضا.

٤- رصد بعض المؤشرات التي تلقي الضوء على إمكانيات وقدرات هذه الوسائل الجديدة في العملية السياسية مثل: ارتباط التعرض لها بالاهتمام بالشئون العامة، أو الرغبة في تكوين اتجاه سياسي والمشاركة الفعالة في الأنشطة المجتمعية أو وسائل الإعلام الإلكترونية.

٥- الوقوف على خصائص ومميزات وسائل الإعلام البديل من وجهة نظر مستخدميها، وما تقدمه من إمكانيات اتصالية مقارنة بوسائل الإعلام السائدة التقليدية منها والإلكترونية.

تساؤلات الدراسة

١- ما معدلات تعرض الشباب عينة الدراسة لمواقع الإعلام البديل على الإنترنت (الصفحات الإعلامية والسياسية على الفيس بوك، موقع تويتر، المدونات) ؟

٢- ما معدلات تعرض الشباب عينة الدراسة للوسائل التقليدية (صحف ورقية وراديو وتليفزيون ومواقعها على الإنترنت) ؟

٣- ما طبيعة دوافع تعرض الشباب أفراد العينة لمواقع الإعلام البديل على الإنترنت(دوافع ترفيهية واجتماعية في مقابل دوافع معرفية وإعلامية) ؟

٤- ما خصائص أصحاب مستوى التعرض المرتفع لمواقع الإعلام البديل من حيث: النوع والمستوى الاجتماعي الاقتصادي والانتماء السياسي والتوجه السياسي؟

٥- ماهو معدل الاهتمام السياسي لدى الشباب أفراد العينة؟

٦- ما أشكال المشاركة التفاعلية التي يقوم بها مستخدمو مواقع الإعلام البديل على الإنترنت؟

٧- ما مميزات الوسائل البديلة (الفيس بوك وتويتر) عن غيرها من الوسائل

السائدة (التقليدي منها والإلكتروني) من وجهة نظر أفراد العينة؟

٨- ما طبيعة تعرض الشباب أفراد العينة للوسائل التقليدية والبديلة بعد ثورة
الخامس والعشرين من يناير؟

فروض الدراسة

١- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين **مستوى تعرض الشباب** لوسائل الإعلام البديل على الإنترنت **ومستوى الاهتمام السياسي** لديهم.

فرض فرعي: تتأثر هذه العلاقة **بمستوى تفاعل الشباب** على مواقع الإعلام البديل على الإنترنت.

٢- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين **مستوى تعرض الشباب** لوسائل الإعلام البديل على الإنترنت **ومستوى مشاركتهم في أنشطة مجتمعية ومدنية.**

فرض فرعي: تتأثر هذه العلاقة **بمستوى تفاعل الشباب** على مواقع الإعلام البديل على الإنترنت.

٣- تقل **معدلات التعرض لوسائل الإعلام التقليدية** (صحف وراديو وتليفزيون ومواقعها على الإنترنت) لدى أصحاب **المستويات المرتفعة من التعرض** لمواقع الإعلام البديل.

فرض فرعي: تتأثر هذه العلاقة بطبيعة **دوافع تعرض الشباب** للمواقع البديلة، فيقل التعرض للوسائل التقليدية كلما كانت دوافع التعرض للمواقع البديلة معرفية وإعلامية.

٤- توجد علاقة ارتباطية عكسية ذات دلالة إحصائية بين **مستوى تعرض الشباب** لمواقع الإعلام البديل على الإنترنت **ومستوى ثقتهم في وسائل الإعلام التقليدية.**

فرض فرعي: تتأثر هذه العلاقة بطبيعة **دوافع تعرض الشباب** للمواقع البديلة، فتقل الثقة في الوسائل التقليدية كلما كانت دوافع التعرض للمواقع البديلة معرفية وإعلامية.

٥- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين **مستوى تعرض الشباب** لمواقع الإعلام البديل الإلكترونية **ومعدل متابعة الأخبار على شبكة الإنترنت.**

متغيرات الدراسة

تسعى الدراسة إلى اختبار العلاقة الارتباطية (Correlation) بين متغير التعرض لمواقع الإعلام البديل على شبكة الإنترنت ومجموعة من المتغيرات الإعلامية والسياسية والديموغرافية، لذا فهي لا تتطرق للعلاقة الخطية (Linear Relation) المحتمل وجودها بين اثنين أو أكثر من المتغيرات قيد الاختبار، بحيث تكون إحداها سببا في حدوث الأخرى. فتركيز الدراسة ينصب على معرفة الارتباط ما بين هذه المتغيرات من جهة ومتغير التعرض لوسائل الإعلام البديل على الإنترنت من جهة أخرى، دون البحث في إمكانية وجود علاقات سببية (Causal Relations) بين اثنين أو أكثر منها.

وفيما يلي مجموعة المتغيرات التي تختبر الدراسة العلاقة الارتباطية فيما بينها:

التعرض لمواقع الإعلام البديل الإلكترونية: هو المتغير الرئيسي الذي سوف يتم اختبار الارتباط بينه وبين كل من المتغيرات التالية:

- الاهتمام بالسياسة والشئون العامة.
- المشاركة في أنشطة مجتمعية ومدنية.
- التعرض لوسائل الإعلام التقليدية.
- الثقة في وسائل الإعلام التقليدية.
- متابعة الأخبار على شبكة الإنترنت.

المتغيرات الوسيطة:

- مستوى التفاعل على مواقع الإعلام البديل.
- دوافع التعرض للمواقع البديلة.

المتغيرات الديموغرافية:

- النوع.
- المستوى الاجتماعي الاقتصادي.

التعريفات الإجرائية لمتغيرات الدراسة وكيفية قياسها

التعرض لوسائل الإعلام التقليدية

يقصد بوسائل الإعلام التقليدية في هذه الدراسة، وسائل الإعلام السائدة والتي غالبا ما تكون تابعة لمؤسسات حكومية أو خاصة، وهي الصحف ومحطات الراديو والتليفزيون، إلى جانب مواقع هذه الوسائل على شبكة الإنترنت.

وقد تم قياس متغير مستوى التعرض للوسائل التقليدية من خلال سؤال المبحوثين عن معدل تعرضهم لكل وسيلة منها باستخدام مقياس خماسي مكون من عبارات: دائما، وبانتظام، وأحيانا، ونادرا، وإطلاقا.

التعرض لمواقع الإعلام البديل على الإنترنت

يقصد بمواقع الإعلام البديل المواقع الإلكترونية التي يقوم المستخدمون بصياغة محتواها الاتصالي والإعلامي بأنفسهم ونشره وتداوله مثل: المدونات وشبكات التواصل الاجتماعي، وتركز هذه الدراسة على موقعي الفيس بوك وتويتر.

وقد تم قياس متغير التعرض للمواقع البديلة (الفيس بوك وتويتر) من خلال سؤال المبحوثين عن مستوى استخدامهم للتطبيقات الإعلامية والسياسية على الفيس وموقع تويتر باستخدام مقياس رباعي مكون من عبارات: دائما، وبانتظام، وأحيانا، ونادرا.

الاهتمام السياسي

يشير الاهتمام السياسي إلى دافع الأفراد لمتابعة الشئون العامة وما يدور على الساحة السياسية، بالإضافة إلى استعدادهم ورغبتهم في المشاركة في الأنشطة السياسية المختلفة.

وتم اختبار هذا المتغير من خلال تحديد المبحوثين لمدى انطباق مجموعة من العبارات عليهم ، تلك العبارات تشير إلى مدى اهتمامهم بالسياسة والشئون العامة في مصر، وذلك باستخدام مقياس ثلاثي مكون من عبارات: تنطبق، وتنطبق إلى حد ما، ولا تنطبق.

المشاركة المدنية والمجتمعية

يشير مصطلح المشاركة المدنية أو Civic Engagement إلى المساهمة بشكل تطوعي في أنشطة تقوم بها مؤسسات أو جمعيات غير هادفة للربح بهدف خدمة المجتمع.

وتم اختبار هذا المتغير من خلال قيام المبحوثين بتحديد عدد مرات اشتراكهم في أنشطة تابعة لبعض المؤسسات الخيرية والمدنية والمجتمعية على مقياس ثلاثي مكون من عبارات: مرة واحدة، وأكثر من مرة، وإطلاقا.

متابعة الأخبار على الإنترنت

أي مدى الاهتمام بتلقي الأخبار والتعرض لها من خلال منافذ إعلامية على شبكة الإنترنت، سواء كانت تقليدية كالنسخ الإلكترونية للمؤسسات الصحفية ومواقع المحطات التليفزيونية، أو بديلة كالشبكات الاجتماعية والمدونات.

وقد تم اختبار هذا المتغير من خلال سؤال المبحوثين عن مدى حرصهم على التعرض للأخبار على مواقع الصحف الإلكترونية ومواقع المحطات التليفزيونية ومواقع النشطاء والمدونات والشبكات الاجتماعية، وذلك باستخدام مقياس خماسي مكون من عبارات: دائما، وبانتظام، وأحيانا، ونادرا، وإطلاقا.

الثقة في وسائل الإعلام التقليدية

أي مدى إدراك الجمهور لمدى موضوعية وحيادية ودقة وسائل الإعلام التقليدية في نقلها للأحداث، وإمكانية الاعتماد عليها في تكوين آراء ورؤى حول أحداث الواقع.

وقد تم اختبار هذا المتغير من خلال سؤال المبحوثين عن موقفهم من عبارات حول دقة وموضوعية الوسائل التقليدية ومدى الاعتماد عليها في تشكيل الآراء والاتجاهات، وذلك باستخدام مقياس خماسي مكون من عبارات: أوافق تماما، وأوافق، وإلى حد ما، ولا أوافق، ولا أوافق تماما.

مستوى التفاعل على مواقع الإعلام البديل

أي مدى نشاط المستخدمين وفاعليتهم عند استخدام مواقع الإعلام البديل على الإنترنت، ونخص هنا موقعي الفيس بوك وتويتر.

وتم اختبار هذا المتغير من خلال سؤال المبحوثين عن مدى انطباق بعض العبارات عليهم والخاصة بمدى تفاعلهم ونشاطهم على موقعي الفيس بوك وتويتر، وذلك باستخدام مقياس ثلاثي مكون من عبارات: دائما، وأحيانا، ونادرا.

دوافع استخدام مواقع الإعلام البديل

أي الأسباب التي تدفع الجمهور لاستخدام المواقع التي تقدم محتوى بديلا على شبكة الإنترنت، ونخص هنا موقعي الفيس بوك وتويتر.

وقد تم اختبار هذا المتغير من خلال سؤال المبحوثين عن مدى انطباق بعض العبارات عليهم، والخاصة بدوافع تعرضهم للفيس بوك وتويتر، وقد تم تقسيم هذه العبارات إلى مجموعتين: الأولى تضم عبارات تدل على استخدام هذه المواقع لدوافع ترفيهية واجتماعية، والثانية تدل على الاستخدام بناء على دوافع معرفية وإعلامية. وتم استخدام مقياس ثلاثي مكون من عبارات: تنطبق، وإلى حد ما، ولا تنطبق لكل مجموعة من الدوافع.

التصميم المنهجي للدراسة

منهج الدراسة

تستعين الدراسة بمنهج المسح، وذلك لوصف وتحليل علاقة الشباب الجامعي بظاهرة وسائل الإعلام البديلة على الإنترنت، والكشف عن خصائص مستخدميها، ومدى ارتباط التعرض لهذه الوسائل البديلة ببعض المتغيرات السياسية كالاهتمام السياسي والمشاركة في أنشطة المجتمع المدني، والتعرف على مزاياها من وجهة نظر مستخدميها، ومعرفة معدلات تعرضهم لغيرها من الوسائل التقليدية.

مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع هذه الدراسة في الشباب الجامعي المصري الذي يدرس في مرحلة البكالوريوس أو الليسانس، في الجامعات المصرية الحكومية أو الأجنبية الخاصة، ويستخدم شبكات الإعلام الاجتماعي البديل على الإنترنت.

وأجريت الدراسة الميدانية على عينة عمدية قوامها ٢٠٠ مفردة من الشباب الجامعي المصري الذي يتعرض لمواقع الإعلام البديل على الإنترنت، وتحديدا الفيس بوك Facebook، باعتباره أشهر شبكات التواصل الاجتماعي وأكثرها انتشارا في مصر وعلى مستوى العالم، إلى جانب موقع التدوين المصغر تويتر Twitter، والذي يعد أداة إخبارية وسياسية أثبتت قدراتها الإعلامية والسياسية خلال الثورات العربية وغيرها من الأحداث المهمة في العالم.

ولجأ الباحث إلى أسلوب العينة العمدية نظرا لضرورة أن يتوافر في العينة خاصية لاغنى عنها لإجراء هذه الدراسة، وهي التعرض لمواقع الإعلام البديل على الإنترنت باعتباره المتغير الأساسي في هذه الدراسة. وتم تطبيق الدراسة على عينة من طلاب جامعة القاهرة باعتبارها أكبر الجامعات الحكومية في مصر، وطلاب الجامعة الأمريكية باعتبارها أقدم جامعة أجنبية على أرض مصر، مع مراعاة أن تتنوع مفردات العينة من حيث متغير النوع، حيث روعي تحقيق التساوي بين المبحوثين الذكور والإناث في العينة انعكاسا للتوزيع الطبيعي بين الفئتين في المجتمع بشكل عام. وتم إجراء الدراسة في الفترة من ١٣ فبراير إلى ٢٥ مارس من عام ٢٠١٣.

أسلوب جمع البيانات

استعان الباحث بأسلوب الاستقصاء بالمقابلة باستخدام أداة استمارة الاستبيان لجمع البيانات الخاصة بالدراسة الميدانية، التي يجريها على عينة من شباب جامعة القاهرة والجامعة الأمريكية.

أساليب تحليل البيانات

قام الباحث باستخدام الأساليب والمقاييس الإحصائية المناسبة لطبيعة المتغيرات التي يقوم باختبار العلاقة فيما بينها، والملائمة أيضا للإجابة على التساؤلات التي تطرحها الدراسة، وهي الوسط الحسابي والانحراف المعياري والأوزان النسبية ومعامل ارتباط بيرسون ومعامل الارتباط الجزئي.

إجراءات الصدق والثبات

للتحقق من صلاحية استمارة الاستبيان لقياس المتغيرات التي تختبر الدراسة العلاقة فيما بينها، قام الباحث بعرض الاستمارة على مجموعة من أساتذة

الإعلام والعلوم السياسية من أجل تحكيمها، وأجرى التعديلات المطلوبة على محاور الاستمارة والمقاييس المستخدمة.

وتم التحقق من ثبات إجابات المبحوثين على أسئلة الاستمارة مـــن خـــلال القيام بإعادة الاختبار على عينة قوامها ٢٠ مفردة، أي ما يمثل ١٠ % مـــن حجم عينة البحث. وبلغت نسبة الثبات ٩٠ %، وهي نسبة مرتفعة.

نتائج الدراسة الميدانية

أولا: الإجابة على تساؤلات الدراسة

١- معدلات التعرض لوسائل الإعلام البديلة والتقليدية

بلغت نسبة من يتعرضون لمواقع الإعلام البديل على الإنترنت بمعدل مرتفع ٤٦,٥ % من الشباب أفراد العينة، في حين بلغت نسبة مستوى التعرض المتوسط لهذه المواقع ٥٣,٥ %، ولم يتم تسجيل معدلات تعرض منخفضة. ويوضح الجدول التالي معدلات التعرض لمواقع الإعلام البديل على الإنترنت:

جدول رقم (٥)

معدلات التعرض لمواقع الإعلام البديل

الاستخدام / الوسيلة	دائما		بانتظام		أحيانا		نادرا		اطلاقا		الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
الفيس بوك	١٦٢	٨١	٢٧	١٣,٥	١١	٥,٥					%٩٣,٩
تويتر	٧٠	٣٥	٣٢	١٦	٥٧	٢٨,٥	٤١	٢٠,٥			%٦٦,٤
المدونات	٢١	١٠,٥	٣٠	١٥	٧٩	٣٩,٥	٤٦	٢٣	٢٤	١٢	%٤٧,٣

ونلحظ من الجدول السابق ارتفاع معدل تعرض الشباب أفراد العينة للفيس بوك، إذ بلغ الوزن النسبي لإجابات المبحوثين ٩٣,٩ %. كما تبين أيضا الكثافة المرتفعة لاستخدامه، حيث يستخدمه ٨١ % من أفراد العينة دائما، و ١٣,٥ % بانتظام، و٥,٥ % أحيانا، ولم ترد إجابات عن استخدامه بشكل نادر. في حين كان معدل استخدام موقع تويتر متوسطا (الوزن النسبي ٦٦,٤ %)، كما أن كثافة استخدامه جاءت أقل من كثافة استخدام الفيس بوك بشكل ملحوظ، حيث بلغت نسبة من يستخدمونه دائما ٣٥ % فقط، ومن يستخدمونه بانتظام ١٦ %، وأحيانا ٢٨,٥ %، ونادرا ٢٠,٥ %.

ومن هنا نستنتج وجود تباين كبير بين أفراد العينة فيما يتعلق باستخدام موقع **تويتر**، فقد انقسموا تقريبا بين المعدلات المختلفة لكثافة استخدامه، وهو ما يظهره تقارب قيمتي الوسط الحسابي والانحراف المعياري لمعدل التعرض لتويتر (٢,٦٦ و ١,١٥٩ على الترتيب)، وذلك على العكس من معدل التعرض **للفيس بوك**، والذي أظهرت إجابات المبحوثين بشأنه تقاربا حول قيمة الوسط الحسابي، ولم يكن هناك تشتتا كبيرا في مستويات التعرض، وهو ما تعكسه قيمة الانحراف المعياري المنخفضة لمعدل التعرض للفيس بوك (٠,٥٤٤). وجاء معدل التعرض **للمدونات** في مرتبة أقل من التعرض للفيس بوك وتويتر (الوزن النسبي ٤٧,٣ %)، وعكست قيم التعرض للمدونات تشتتا أكبر من تشتت قيم التعرض لتويتر (الوسط الحسابي ١,٨٩ والانحراف المعياري ١,١٢٩). وبلغت نسبة من يستخدمون المدونات بصفة دائمة ١٠,٥ % فقط، في حين لم يستخدم ١٢ % من الشباب أفراد العينة المدونات إطلاقا. ويمكن تبرير ذلك بأن الإمكانيات الاتصالية المتنوعة التي أتاحتها الشبكات الاجتماعية، وخاصة الفيس بوك، قد جذبت عدد كبير من مستخدمي المدونات،

خاصة وأن الشبكات الاجتماعية تجمع بين مزايا التدوين والمحادثات الفورية والبريد الإلكتروني والمنتديات وتبادل الصور وملفات الصوت والصورة وغيرها من إمكانات التواصل والتفاعل المتعددة. وفيما يتعلق **بوسائل الإعلام التقليدية**، فيتعرض لها الشباب أفراد العينة بمعدلات متوسطة نسبيا، حيث بلغت نسبة الشباب الذي يتعرض للوسائل التقليدية بمعدل مرتفع ١٠,٥ % فقط من أفراد العينة، فيما تعرض لها ٨١,٥ % من الشباب بمعدل متوسط، و٨ % بمعدل منخفض. ويوضح الجدول التالي الأوزان النسبية لمعدلات التعرض لوسائل الإعلام التقليدية مرتبة تنازليا:

جدول رقم (٦)

معدلات التعرض لوسائل الإعلام التقليدية

التعرض / الوسيلة	دائما		بانتظام		أحيانا		نادرا		اطلاقا		الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
التليفزيون	٥٩	٢٩,٥	٥٣	٢٦,٥	٧١	٣٥,٥	١٣	٦,٥	٤	٢	%٦٨,٨
مواقع الصحف الالكترونية	٦٧	٣٣,٥	٤٦	٢٣	٦٢	٣١	١٣	٦,٥	١٢	٦	%٦٧,٩
مواقع المحطات التليفزيونية	٢٠	١٠	٤٤	٢٢	٨٩	٤٤,٥	٢٩	١٤,٥	١٨	٩	%٥٢,٤
الصحف الورقية	٧	٣,٥	٢٥	١٢,٥	٩٧	٤٨,٥	٥٢	٢٦	١٩	٩,٥	%٤٣,٦
الراديو	٨	٤	٢٣	١١,٥	٧٨	٣٩	٦٧	٣٣,٥	٢٤	١٢	%٤٠,٥

ويوضح الجدول السابق تصدر التليفزيون لوسائل الإعلام التقليدية التي يقوم الشباب أفراد العينة بمتابعتها (الوزن النسبي ٦٨,٨ %)، يليه مواقع الصحف الإلكترونية ثم مواقع المحطات التلفزيونية على الإنترنت بأوزان نسبية ٦٧,٩ % و ٥٢,٤ % على الترتيب.

ويوضح الجدول التالي ترتيب وسائل الإعلام التقليدية والبديلة من حيث تعرض الشباب أفراد العينة لها مرتبة ترتيبا تنازليا تبعا للوزن النسبي للتعرض لكل وسيلة:

جدول رقم (٧)

الأوزان النسبية للتعرض للوسائل التقليدية والمواقع البديلة

الوسيلة	الوزن النسبي للتعرض
الفيس بوك	٩٣,٩ %
التليفزيون	٦٨,٨ %
مواقع الصحف الإلكترونية	٦٧,٩ %
تويتر	٦٦,٤ %
مواقع المحطات التليفزيونية	٥٢,٤ %
المدونات	٤٧,٣ %
الصحف الورقية	٤٣,٦ %
الراديو	٤٠,٥ %

يتضح من الجدول السابق أن الفيس بوك يحظي بأكبر نسب للتعرض من قبل الشباب أفراد العينة، يليه التليفزيون، ثم مواقع الصحف الإلكترونية، ثم تويتر. كما نلحظ تفوق المدونات على كل من الصحف الورقية والراديو. وتشير هذه النتيجة إلى التعايش القائم بين وسائل الإعلام المختلفة، وذلك على العكس من آراء البعض التي تذهب إلى أن الوسائل الجديدة بإمكانياتها التفاعلية الكبيرة قد تسحب البساط من تحت أقدام الوسائل التقليدية الراسخة في المجتمع.

ملاحظة أخرى هامة نستطيع تبينها من الجدول، وهي بروز شبكة الإنترنت باعتبارها وسيلة إعلامية ترتفع معدلات التعرض لمواقعها المختلفة بين الشباب، إذ حظيت مواقع الفيس بوك والصحف الإلكترونية وتويتر ومواقع المحطات التلفزيونية بأوزان نسبية مرتفعة ومتوسطة وتقدمت على كل من الصحف الورقية والراديو. إلا أن التلفزيون ما يزال محتفظا بمكانه بين هذه الوسائل، وجاء في المرتبة الثانية بعد الفيس بوك. وتتسق هذه النتيجة مع نتائج دراسات سابقة وجدت أن الجمهور المصري يعتمد على التليفزيون والإنترنت في الحصول على المعلومات.

٢- دوافع التعرض لمواقع الإعلام البديل

يوضح الجدول التالي دوافع تعرض الشباب أفراد العينة لمواقع الإعلام البديل على الإنترنت (الفيس وتويتر)، وتنقسم هذه الدوافع إلى دوافع إعلامية ومعرفية (الخمس عبارات الأولى في الجدول)، ودوافع ترفيهية واجتماعية (الخمس عبارات التالية في الجدول).

جدول رقم (٨)

دوافع التعرض لمواقع الإعلام البديل

النسب والتكرارات / دوافع التعرض	تنطبق		تنطبق إلى حد ما		لا تنطبق		الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	
لمتابعة آراء الآخرين في القضايا والأحداث	١٣٤	٦٧	٦١	٣٠,٥	٥	٢,٥	%٨٨,٢
لمعرفة الأخبار والمعلومات	١٣٣	٦٦,٥	٥٦	٢٨	١١	٥,٥	%٨٧
لإبداء آرائي في القضايا المختلفة	١٠١	٥٠,٥	٧٩	٣٩,٥	٢٠	١٠	%٨٠,٢
من أجل تكوين رأي حول القضايا والأحداث	٩٩	٤٩,٥	٧٧	٣٨,٥	٢٤	١٢	%٧٩,٢
لمناقشة موضوعات وقضايا مع مستخدمين آخرين	٧٩	٣٩,٥	٩١	٤٥,٥	٣٠	١٥	%٧٤,٨
للتواصل مع الأصدقاء الذين يستخدمون هذه التطبيقات	١٢٩	٦٤,٥	٥٤	٢٧	١٧	٨,٥	%٨٥,٣
لتمضية الوقت والتسلية	١٠٩	٥٤,٥	٦٤	٣٢	٢٧	١٣,٥	%٨٠,٣

بهدف اشباع الفضول وحب الاستطلاع	١٠٥	٥٢,٥	٦٧	٣٣,٥	٢٨	١٤	٧٩,٥%
لتكوين قاعدة من المعارف والأصدقاء	٩٦	٤٨	٦٢	٣١	٤٢	٢١	٧٥,٧%
للتعليق على مشاركات الأعضاء	٧٥	٣٧,٥	٩٧	٤٨,٥	٢٨	١٤	٧٤,٥%

نلاحظ من الجدول السابق أن أكثر ثلاثة أسباب تدفع الشباب أفراد العينة للتعرض لمواقع الإعلام البديل على الإنترنت هي على الترتيب: متابعة آراء الآخرين في القضايا والأحداث (الوزن النسبي ٨٨,٢ %)، والحصول على الأخبار والمعلومات (٨٧ %)، والتواصل مع الأصدقاء (٨٥,٣ %). وتختلف هذه النتيجة مع نتائج دراسات سابقة أجريت على الشباب المصري وظهرت فيها الدوافع الاجتماعية والترفيهية مثل: التواصل مع الأصدقاء وتمضية وقت الفراغ على رأس قائمة أسباب تعرض الشباب للشبكات الاجتماعية، وربما يرجع ذلك إلى بروز استخدام هذه الشبكات كمنافذ إعلامية ونشر وتداول المضامين المتعلقة بالشئون العامة والسياسة على صفحاتها في الفترة التي أعقبت الثورة وما تلاها من أحداث مستمرة حتى الآن.

وعند حساب المتوسط الحسابي للأوزان النسبية لكل مجموعة دوافع على حدة، بهدف معرفة أي مجموعة منها تدفع الشباب بشكل أكبر للتعرض لمواقع الإعلام البديل، نجد أن الدوافع المعرفية والإعلامية تتفوق بمقدار ضئيل على مجموعة الدوافع الترفيهية والاجتماعية، حيث بلغ الوسط الحسابي للأوزان

النسبية لمجموعة عبارات الدوافع المعرفية والإعلامية ٨١,٩ % في مقابل ٧٩,١ % للدوافع الترفيهية والاجتماعية.

٣- خصائص أصحاب معدل التعرض المرتفع للمواقع البديلة

أ- النوع

جدول رقم (٩)

معدلات تعرض الذكور والإناث للمواقع البديلة

مستوى التعرض لمواقع الإعلام البديل		النوع		الإجمالي
		ذكر	أنثى	
متوسط	ك	٥٢	٥٥	١٠٧
	%	٥٤,٢	٥٢,٩	٥٣,٥
مرتفع	ك	٤٤	٤٩	٩٣
	%	٤٥,٨	٤٧,١	٤٦,٥
الإجمالي	ك	٩٦	١٠٤	٢٠٠
	%	١٠٠	١٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق أن نسبة ٤٥,٨ % من الذكور من أفراد العينة يتعرضون للمواقع البديلة بمعدل مرتفع، وذلك في مقابل ٤٧,١ % من الإناث، وبذلك تسجل الإناث زيادة في نسبة التعرض المرتفع لمواقع الإعلام البديل، ولكنها زيادة طفيفة لا تتعدى ١,٥ %. وبالتالي يمكن القول بأنه لا توجد فروق بين الذكور والإناث في التعرض بمستويات مرتفعة لمواقع الإعلام البديل على الإنترنت.

ب – المستوى الاجتماعي الاقتصادي

جدول رقم (١٠)

التعرض للمواقع البديلة والمستوى الاجتماعي الاقتصادي

مستوى التعرض لمواقع الإعلام البديل		المستوى الاجتماعي الاقتصادي			الإجمالي
		منخفض	متوسط	مرتفع	
متوسط	ك	٤٣	٥٠	١٤	١٠٧
	%	٦٠,٦	٤٩,١	٥١,٩	٥٣,٥
مرتفع	ك	٢٨	٥٢	١٣	٩٣
	%	**٣٩,٤**	**٥٠,٩**	**٤٨,١**	٤٦,٥
الإجمالي	ك	٧١	١٠٢	٢٧	٢٠٠
	%	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق أن نسبة ٥٠,٩ % من ذوي المستوى الاجتماعي الاقتصادي المتوسط يتعرضون لمواقع الإعلام البديل على الإنترنت بمعدلات مرتفعة، ويليهم أصحاب المستوى الاجتماعي الاقتصادي المرتفع بنسبة ٤٨,١ %، في حين تنخفض نسبة من يتعرض للمواقع البديلة بعدلات مرتفعة لدى أصحاب المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض لتصل إلى ٣٩,٤ %. ويمكن ملاحظة أن النسب الثلاثة تقترب من بعضها البعض، بمعنى أنه لا توجد فروق كبيرة بين أصحاب المستويات المختلفة للوضع الاجتماعي الاقتصادي فيما يتعلق بمعدلات التعرض المرتفعة لمواقع الإعلام البديل على الإنترنت.

ج – الانتماء السياسي

جدول رقم (١١)

التعرض للمواقع البديلة والمشاركة في حزب أو جماعة سياسية

مستوى التعرض لمواقع الإعلام البديل		المشاركة في حزب سياسي أو جماعة سياسية		الإجمالي
		لا	نعم	
متوسط	ك	١٠٠	٧	١٠٧
	%	٥٣,٨	٥٠	٥٣,٥
مرتفع	ك	٨٦	٧	٩٣
	%	**٤٦,٢**	**٥٠**	٤٦,٥
الإجمالي	ك	١٨٦	١٤	٢٠٠
	%	١٠٠	١٠٠	١٠٠

يتضح من الجدول السابق تدني نسبة المنتمين لحزب أو جماعة سياسية بين الشباب أفراد العينة، حيث بلغ عدد المنتمين لحزب أو جماعة ١٤ فردا فقط من إجمالي عدد العينة (٢٠٠ مفردة)، وهو مايمثل ٧ % فقط من الشباب أفراد العينة.

ويبين الجدول أن نسبة ٤٦,٢ % من غير المنتمين لجماعة أو حزب سياسي يستخدمون المواقع البديلة بمعدلات مرتفعة، فيما يستخدم ٥٠ % من أصحاب الانتماء السياسي هذه المواقع بمعدل مرتفع، وبالتالي يمكن القول بارتفاع مستوى استخدام مواقع الإعلام البديل لدى ذوي الانتماءات السياسية أكثر من غيرهم من غير المنتمين سياسيا، ولكن هذه الزيادة بسيطة ولا تتعدى ٤ %.

بما يوحي بعدم وجود فروق كبيرة فيما يتعلق بمستوى استخدام المواقع البديلة من قبل المنتمين لحزب أو جماعة سياسية وغير المنتمين.

د- الاتجاه السياسي

جدول رقم (١٢)

التعرض للمواقع البديلة والاتجاه السياسي

مستوى التعرض		الاتجاه السياسي					الإجمالي
		ليبرالي	يساري	قومي عربي	إسلامي	غير محدد	
متوسط	ك	٣٠	٣	٥	١٤	٥٥	١٠٧
	%	٤٠	٥٠	٥٠	٧٠	٦١,٨	٥٣,٥
مرتفع	ك	٤٥	٣	٥	٦	٣٤	٩٣
	%	٦٠	٥٠	٥٠	٣٠	٣٨,٢	٤٦,٥
الإجمالي	ك	٧٥	٦	١٠	٢٠	٨٩	٢٠٠
	%	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠	١٠٠

يوضح الجدول أن نسبة ٣٨,٢ % من الشباب أفراد العينة ممن ليست لهم توجهات سياسية معينة يستخدمون مواقع الإعلام البديل على الإنترنت بمعدل مرتفع، وذلك في مقابل نسبة ٤٧,٥ % (متوسط نسبة التعرض المرتفع لأصحاب التوجهات السياسية المختلفة) من الشباب ذوي التوجهات السياسية المختلفة. وبالتالي يمكن القول أن الشباب صاحب الاتجاه السياسي يتعرض لمواقع الإعلام البديل بمعدلات مرتفعة أكثر من أقرانه ممن لم يشكلوا توجها سياسيا محددا. ونلاحظ أيضا من الجدول السابق ارتفاع نسبة استخدام مواقع

الإعلام البديل لدى أصحاب التوجه الليبرالي (٦٠ %) من الشباب أفراد العينة، في مقابل ٣٠ % فقط من ذوي الاتجاه السياسي الإسلامي.

٤- معدل الاهتمام السياسي لدى الشباب أفراد العينة

جدول رقم (١٣)

معدل الاهتمام السياسي

مستوى الاهتمام السياسي	ك	%
ضعيف	١٨	**٩**
متوسط	٦٠	**٣٠**
مرتفع	١٢٢	**٦١**
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق ارتفاع مستوى الاهتمام بالسياسة والشئون العامة لدى ٦١ % من الشباب أفراد العينة، في حين بلغت نسبة مستوى الاهتمام المتوسط بالسياسة ٣٠ %، والاهتمام الضعيف ٩ %. وبالتالي يمكن القول بأن معظم الشباب أفراد العينة لديهم قدر من الاهتمام السياسي المرتفع أو المتوسط. ويوضح الجدول التالي الأوزان النسبية لكل عبارة من العبارات التي استخدمت في قياس مستوى الاهتمام السياسي لدى الشباب أفراد العينة مرتبة تنازليا:

جدول رقم (١٤)
مقياس الاهتمام السياسي

مقياس الاهتمام السياسي	تنطبق		الى حد ما		لا تنطبق		الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	
أريد ان أكون على دراية بما يحدث على الساحة السياسية في مصر	١٥٦	٧٨	٣٣	١٦,٥	١١	٥,٥	٨٦,٣%
عندما تقع أحداث سياسية أرغب في الحصول على معرفة بشأنها	١٥٣	٧٦,٥	٣٧	١٨,٥	١٠	٥	٨٥,٨%
لدي الرغبة في معرفة تفاصيل ما يجري على الساحة السياسية	١٣٧	٦٨,٥	٤٦	٢٣	١٧	٨,٥	٨٠%
أتحدث في أمور السياسة مع الأهل والأصدقاء والمعارف	١٢٤	٦٢	٦٢	٣١	١٤	٧	٧٧,٥%
أهتم بالشئون العامة ومتابعة أداء الحكومة ومؤسسات الدولة	١٠٦	٥٣	٧٩	٣٩,٥	١٥	٧,٥	٧٢,٨%
أحرص على متابعة البرامج التليفزيونية التي تتحدث عن الشئون العامة	٩٣	٤٦,٥	٨٤	٤٢	٢٣	١١,٥	٦٧,٥%

إذا كان لدي وقت للاشتراك في أي عمل سياسي فسوف أقوم بذلك	٧٥	٣٧,٥	٧٣	٣٦,٥	٥٢	٢٦	%٥٥,٨
تراودني فكرة المشاركة في أنشطة ذات طابع سياسي	٧٢	٣٦	٧١	٣٥,٥	٥٧	٢٨,٥	%٥٣,٨

ونلاحظ من الجدول السابق ارتفاع الأوزان النسبية للعبارات المتعلقة بالحصول على معرفة بشأن الأحداث والموضوعات السياسية (الثلاث عبارات الأولى)، فيما تراجعت الأوزان النسبية للعبارات المتعلقة بالرغبة في المشاركة الفعلية في أنشطة سياسية (العبارتين الأخيرتين).

٥- أشكال التفاعل على مواقع الإعلام البديل

جدول رقم (١٥)

معدل التفاعل على المواقع البديلة

مستوى التفاعل	ك	%
ضعيف	٤٠	٢٠
متوسط	١٣١	٦٥,٥
مرتفع	٢٩	١٤,٥
الإجمالي	٢٠٠	١٠٠

يوضح الجدول السابق أن ٨٠ % من الشباب أفراد العينة يتفاعلون على مواقع الإعلام البديل على الإنترنت بمعدلات متوسطة ومرتفعة. وأن ٢٠ % فقط يتفاعلون بقدر ضعيف على هذه المواقع. وربما يرجع ذلك إلى طبيعة

استخدام هذه الوسائل، والتى تفرض على مستخدميها حد أدنى من التفاعل على صفحاتها حتى يمكنهم الاستفادة من مزاياها وتحقيق التواصل مع الآخرين.

ويوضح الجدول التالي أشكال المشاركة التفاعلية التي يقوم بها الشباب أفراد العينة مرتبة تنازليا تبعا للوزن النسبي لكل عبارة:

جدول رقم (١٦)

أشكال المشاركة التفاعلية على مواقع الإعلام البديل

أشكال التفاعل	دائما		أحيانا		نادرا		الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	
أقوم بإعادة نشر لمواد قام غيري بنشرها	٦٦	٣٣	١١٧	٥٨,٥	١٧	٨,٥	%٧٤,٨
أحرص على كتابة تعليقات على مشاركات الآخرين	٦٥	٣٢,٥	١١٨	٥٩	١٧	٨,٥	%٧٤,٧
أحرص على كتابة تغريدات جديدة	٨٠	٤٠	٧١	٣٥,٥	٤٩	٢٤,٥	%٧١,٨
أنشر وصلات لمواقع وموضوعات أخرى	٥٨	٢٩	٩٧	٤٨,٥	٤٥	٢٢,٥	%٦٨,٨
أطرح موضوعات جديدة للنقاش	٣٩	١٩,٥	١١٧	٥٨,٥	٤٤	٢٢	%٦٥,٨

أعيد نشر تغريدات مستخدمين آخرين	٤٩	٢٤,٥	٩٢	٤٦	٥٩	٢٩,٥	%٦٥
أقوم بنشر صور فوتوغرافية أو مقاطع فيديو التقطها بنفسي	٦٠	٣٠	٦٩	٣٤,٥	٧١	٣٥,٥	%٦٤,٨
أقوم بالربط بين حسابي على الفيس بوك وتويتر	٦١	٣٠,٥	٤٤	٢٢	٩٥	٤٧,٥	%٦١

يبين الجدول السابق أن قيام المستخدمين بإعادة نشر مواد قام غيرهم بنشرها يمثل أكثر الأنشطة التفاعلية التي يقوم بها الشباب أفراد العينة على موقعي الفيس بوك وتويتر، يليها كتابة تعليقات على مشاركات الأعضاء الآخرين، ثم الحرص على كتابة تغريدات جديدة على تويتر، ويتراجع ترتيب نشر أفراد العينة لمواد قاموا بإنتاجها بأنفسهم كما يتبين من عبارتي: أطرح موضوعات جديدة للنقاش و أقوم بنشر صور أو مقاطع فيديو التقطها بنفسي، بما يشير لعدم الاستغلال الكامل للإمكانات التي أتاحها الويب ٢ للمستخدمين من أجل نشر محتوى قاموا بإنتاجه بأنفسهم.

ويلاحظ من الجدول تقارب الأوزان النسبية للعبارات إلى حد كبير، إذ بلغ أكبر وزن نسبي ٧٤,٨ %، وأقل وزن نسبي ٦١ %.

٦- مميزات مواقع الإعلام البديل مقارنة بالوسائل التقليدية

يؤكد ٧٨ % من أفراد العينة أن لمواقع الإعلام البديل على الإنترنت سمات إيجابية تميزها عن وسائل الإعلام التقليدية السائدة (صحف وراديو وتليفزيون ومواقعها على الإنترنت).

ويوضح الجدول التالي المزايا التي تتمتع بها مواقع الإعلام البديل من وجهة نظر الشباب أفراد العينة، مع بيان الوزن النسبي لكل عبارة:

جدول (١٧)

مزايا مواقع الإعلام البديل

مزايا مواقع الإعلام البديل	أوافق تماما %	أوافق %	موافق إلى حد ما %	لا أوافق %	لا أوافق تماما %	الوزن النسبي
تتيح صفحات الفيس بوك وتويتر معدلات تفاعل أكثر من الوسائل التقليدية	٦٣,٥	٣٠,٥	٥,٠	٠,٥	٠,٥	%٩١,٢
توفر صفحات الفيس بوك وتويتر حرية إبداء الرأي دون رقيب على عكس الوسائل التقليدية	٦١,٥	٢٤,٥	١٢,٠	١,٥	٠,٥	%٨٩,٠
قيام المستخدم بنشر المحتوى وتداوله	٥٧,٥	٢٧,٠	١٢,٥	٢,٥	٠,٥	%٨٧,٧

والتعليق عليه أهم ما يميز الوسائل البديلة عن التقليدية						
تقدم صفحات الفيس بوك وتويتر محتوى يهم الجمهور أكثر من الوسائل التقليدية	٣١,٥	٤٤,٠	٢١,٠	٣,٥		%٨٠,٧
تقدم صفحات الفيس بوك وتويتر معالجات مختلفة عن تلك المقدمة في الوسائل التقليدية	٣٤,٠	٣٣,٠	٢٨,٥	٤,٥		%٧٩,٣

يوضح الجدول السابق أن إتاحة معدلات تفاعل أكبر من تلك المتاحة في وسائل الإعلام التقليدية هي أهم ميزة لمواقع الإعلام البديل من وجهة نظر الشباب أفراد العينة، تلاها توفير هذه المواقع لمساحة أكبر من الحرية في إبداء الآراء دون وجود رقيب، ثم السماح للمستخدمين بنشر المضامين والتعليق عليها وتداولها، وجميعها مزايا تتعلق بمستوى **التمكين الإعلامي** Media Empowerment للجمهور، ويعكس ذلك جانبا من أسباب انتشار هذه الأدوات الاتصالية الجديدة على شبكة الإنترنت، إذ رأي فيها الشباب ساحة حرة لإبداء آرائهم في الموضوعات والقضايا المختلفة، بل ومنفذا أيضا لنشر مواد ومضامين قاموا بإنتاجها بأنفسهم.

٧- طبيعة التعرض للوسائل التقليدية والبديلة بعد ثورة يناير

يوضح الجدول التالي مؤشرات لطبيعة تعرض الشباب لمضامين وسائل الإعلام التقليدية والمواقع البديلة بعد ثورة ٢٥ من يناير مرتبة تنازليا تبعا للأوزان النسبية للعبارات:

جدول (١٨)

طبيعة التعرض لوسائل الإعلام بعد ثورة ٢٥ يناير

طبيعة التعرض لوسائل الإعلام بعد الثورة	تنطبق		تنطبق إلى حد ما		لا تنطبق		الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%	
ازدادت معدلات استخدامي لمواقع الفيس بوك وتويتر بعد الثورة	١٥٤	٧٧	٣١	١٥,٥	١٥	٧,٥	%٨٤,٨
ازدادت متابعتي لموضوعات متعلقة بالشأن العام على مواقع الفيس بوك وتويتر بعد الثورة	١٥٠	٧٥	٣٦	١٨	١٤	٧	%٨٤
ازدادت معدلات متابعتي للأخبار على شبكة الإانترنت بعد الثورة	١٤٧	٧٣,٥	٤١	٢٠,٥	١٢	٦	%٨٣,٨
ازدادت معدلات تفاعلى ومشاراكاتى على مواقع الفيس بوك وتويتر بعد الثورة	١٣٦	٦٨	٤٧	٢٣,٥	١٧	٨,٥	%٧٩,٨
ازداد اهتمامي بمتابعة البرامج المهتمة بالشأن العام في التليفزيون والراديو بعد الثورة	٩١	٤٥,٥	٧٧	٣٨,٥	٣٢	١٦	%٦٤,٨
ازداد معدل اهتمام	٦٧	٣٣,٥	٨٥	٤٢,٥	٤٨	٢٤	%٥٤,٨

بقراءة أخبار الصحف بعد الثورة							
قلت معدلات تعرضي لوسائل الإعلام التقليدية بشكل عام بعد الثورة	٥٦	٢٨	٧٠	٣٥	٧٤	٣٧	%٥٤,٥
حاولت القيام بإنتاج مواد ومضامين إعلامية بنفسي ونشرها على مواقع الشبكات الاجتماعية بعد الثورة	٦٢	٣١	٥٧	٢٨,٥	٨١	٤٠,٥	%٤٥,٣

نلاحظ من الجدول السابق ارتفاع الأوزان النسبية للعبارات التي تشير إلى زيادة استخدام الفيس بوك وتويتر بعد الثورة. وهذه العبارات هي: زيادة استخدام الموقعين بعد الثورة (٨٤,٨ %)، وارتفاع معدلات متابعة الشئون الجارية على الموقعين (٨٤ %)، وزيادة معدلات المشاركة التفاعلية على صفحاتيهما (٧٩,٨ %)، بالإضافة إلى زيادة معدلات متابعة الأخبار على شبكة الإنترنت (٨٣,٨ %) بعد الثورة.

كما أشار أكثر من نصف أفراد العينة (٥٤,٥ %) إلى تراجع معدلات تعرضهم لوسائل الإعلام التقليدية بشكل عام بعد الثورة، وربما يرجع ذلك إلى معالجة هذه الوسائل لأحداث الثورة بشكل رأي فيه الكثيرون إخلالا بمعايير المصداقية. وأعرب أكثر من نصف العينة أيضا عن زيادة معدل اهتمامهم بمتابعة البرامج المتعلقة بالشأن العام في التليفزيون بعد الثورة (٦٤,٨ %)، وارتفاع مستوى اهتمامهم بقراة أخبار الصحف أيضا (٥٤,٨ %). بما يؤكد مرة أخرى على التكامل والتعايش القائم بين الأجيال المختلفة

من وسائل الإعلام، فحتى وإن زادت معدلات انتشار واستخدام التطبيقات الاتصالية التفاعلية الجديدة، فإن الوسال التقليدية ما تزال تحتفظ بمواقعها على الساحة الإعلامية.

ثانيا: نتائج اختبارات الفروض

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية بين **مستوى تعرض الشباب لمواقع الإعلام البديل** على الإنترنت و**مستوى الاهتمام السياسي** لديهم.[١]

بعد إجراء الاختبار الإحصائي تبين عدم وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيا بين مستوى تعرض الشباب لمواقع الإعلام البديل ومعدل الاهتمام السياسي لديهم، حيث بلغت قيمة الدلالة الإحصائية لمعامل ارتباط بيرسون (٠,٠٩٩)، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥).

وبالتالي لا توجد دلالات ذات مغزى يمكن استنتاجها فيما يتعلق بمستوى الاهتمام السياسي لدى أصحاب مستويات التعرض المرتفعة لمواقع الإعلام البديل على الإنترنت. ويمكن تفسير ذلك عند الوضع في الاعتبار الاستخدامات المتعددة والمتنوعة للمواقع والشبكات الاجتماعية، وما تقدمه من إمكانيات كبيرة للتواصل الاجتماعي متخطية حدود المكان والزمان، إلى جانب إمكانيات نشر وتداول المحتوى، فليس بالضرورة أن يشير استخدامها المكثف إلى معدل اهتمام سياسي مرتفع من قبل المستخدم.

---

(١) استخدم الباحث معامل ارتباط بيرسون لاختبار الفروض الرئيسية للدراسة، ومعامل الارتباط الجزئي لاختبار الفروض الفرعية

وتفيد هذه النتيجة بأن استخدام الشباب لمواقع الإعلام البديل لا يرتبط بالضرورة بالشئون السياسية أو قد لا تحتل الموضوعات السياسية ركنا أساسيا في طبيعة استخدام هذه المواقع، حيث يستخدمها الأفراد لأغراض التواصل الاجتماعي أو الحصول على المعلومات أو تبادل الملفات أوالترفيه وتقضية أوقات الفراغ، وربما الحصول على المعلومات وتداول الصور والملفات دون أن يكون لذلك علاقة بمدى اهتمامهم بالشئون العامة والسياسية. وربما يعبر الشباب عن اهتمامهم بالسياسة من خلال القيام بأنشطة أخرى غير مرتبطة بالتعرض لمواقع الإعلام البديل على الإنترنت، خاصة وأن ٦١ % من أفراد العينة قد سجلوا اهتماما كبيرا بالشئون العامة والسياسية.

فرض فرعي: تتأثر هذه العلاقة **بمستوى تفاعل الشباب** على مواقع الإعلام البديل على الإنترنت.

لم يتبين وجود تأثير دال إحصائيا لمتغير مستوى التفاعل على المواقع البديلة على العلاقة الارتباطية بين **مستوى التعرض** لهذه المواقع ومعدل **الاهتمام السيادسي** لدى مستخدميها، حيث بلغت قيمة الدلالة الإحصائية لمعامل الارتباط (٠,٥١١)، وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥).

إلا أنه لوحظ وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين **مستوى التفاعل** على مواقع الإعلام البديل و**مستوى التعرض** لهذه المواقع، وبلغت قمية معامل الارتباط (٠,٢٥٩)، وهو ارتباط دال إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥)، إذ بلغت الدلالة الإحصائية لمعامل الارتباط (٠,٠٠٠).

كما تبين وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين **مستوى التفاعل** على مواقع الإعلام البديل و**مستوى الاهتمام السياسي** لدي مستخدمي هذه المواقع من الشباب أفراد العينة، وبلغت قيمة معامل الارتباط (٠,٢٨٣)، وبلغت قيمة الدلالة الإحصائية للارتباط (٠,٠٠٠)، وبالتالي فالارتباط دال إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥).

وهنا نصل إلى نتيجة مفادها أن المحك في علاقة التعرض لمواقع الإعلام البديل ومعدل الاهتمام السياسي لدى المستخدمين ليس مستوى أو كثافة التعرض نفسه ولكن مستوى تفاعل المستخدمين على هذه المواقع، وحرصهم على الحضور الفعال على هذه المنافذ الاتصالية وطرح القضايا ومناقشتها مع المستخدمين الآخرين. فليست العبرة بطول فترة التعرض ولكن بمقدار الأنشطة التفاعلية التي يقوم بها الفرد خلال مدة التعرض.

الفرض الثاني: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين **مستوى تعرض الشباب** لمواقع الإعلام البديل على الإنترنت **ومستوى مشاركتهم في أنشطة مجتمعية ومدنية.**

لم يثبت وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تعرض الشباب لمواقع الإعلام البديل ومعدل مشاركتهم في أنشطة مدنية ومجتمعية، إذ بلغت الدلالة الإحصائية للارتباط (٠,٢٦٩)، وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥).

وتثير هذه النتيجة تساؤلا تناولته العديد من الدراسات التي أجريت في مجال المناقشات السياسية على صفحات الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، والتي حاولت التعرف على مدى وجود علاقة بين المشاركة السياسية على

الإنترنت Online Political Participation ، والمشاركة الفعلية على أرض الواقع Offline Political Participation. وتتسق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه نتائج الدراسات والبحوث في هذا الصدد، إذ أشارت إلى عدم وجود علاقة أو وجود علاقة ارتباط ضعيفة بين ممارسة السياسة على الإنترنت من خلال المناقشات في موضوعات سياسية أو نشر مواد تتعلق بالسياسية وغيرها، والمشاركة في أنشطة سياسية على أرض الواقع.

فرض فرعي: تتأثر هذه العلاقة **بمستوى تفاعل الشباب** على مواقع الإعلام البديل على الإنترنت.

لم يثبت أيضا وجود تأثير دال إحصائيا لمتغير مستوى التفاعل على مواقع الإعلام البديل على العلاقة الارتباطية بين التعرض لهذه المواقع البديلة والمشاركة في أنشطة مدنية ومجتمعية، حيث بلغت الدلالة الإحصائية لمعامل الارتباط بعد عزل تأثير متغير مستوى التفاعل (٠,١٠٢)، وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥).

كما اتضح أيضا عدم وجود علاقة ارتباطية بين **مستوى التفاعل** على المواقع البديلة ومعدل **مشاركة الشباب** أفراد العينة في أنشطة مدنية ومجتمعية. وهكذا يتضح أن متغير معدل المشاركة المدنية والمجتمعية ليس له علاقة ارتباطية بمستوى التعرض لمواقع الإعلام البديل أو مستوى التفاعل على هذه المواقع أيضا.

الفرض الثالث: تقل **معدلات التعرض لوسائل الإعلام التقليدية** (صحف وراديو وتليفزيون ومواقعها على الإنترنت) لدى أصحاب **المستويات المرتفعة من التعرض** لمواقع الإعلام البديل.

تبين وجود علاقة ارتباطية بين مستوى التعرض لمواقع الإعلام البديل ومعدل التعرض لوسائل الإعلام التقليدية، ولكنها علاقة **طردية** ضعيفة، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (٠,١٧٩)، وبلغت قيمة الدلالة الإحصائية لمعامل الارتباط (٠,٠١١)، أي أن هناك ارتباط دال إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥).

وربما تؤيد هذه النتيجة الاتجاه القائل بوجود تكامل بين وسائل الإعلام المختلفة، السائد منها والبديل، التقليدي منها والجديد. وأن هذا الثراء في البيئة الإعلامية يصب في نهاية الأمر في صالح الجمهور الذي تتعدد أمامه خيارات الاتصال والإعلام. كما تجدر الإشارة هنا إلى اتجاه وسائل الإعلام التقليدية للتكامل مع الوسائل الجديدة على الإنترنت بعدة طرق، وفي المقابل يقوم مستخدمو المواقع البديلة بإعادة نشر مواد إعلامية سبق نشرها أو بثها في وسائل تقليدية سواء بهدف انتقادها أو لأنها تدعم وجهة نظرهم التي يروجون لها على شبكات الإعلام البديل.

فرض فرعي: تتأثر هذه العلاقة بطبيعة **دوافع تعرض الشباب** للمواقع البديلة، فيقل التعرض للوسائل التقليدية كلما كانت دوافع التعرض معرفية.

تبين وجود تأثير لمتغير **الدوافع المعرفية والإعلامية** لاستخدام مواقع الإعلام البديل على العلاقة الارتباطية الطردية بين مستوى التعرض للمواقع البديلة ومعدل التعرض للوسائل التقليدية، إذ بلغت قيمة الدلالة الإحصائية

لمعامل الارتباط بعد عزل تأثير الدوافع (٠,٠٢٧)، وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥).

وقد بلغت قيمة معامل الارتباط بين التعرض للمواقع البديلة والتعرض للوسائل التقليدية قبل اختبار تأثير الدوافع المعرفية والإعلامية (٠,١٧٩)، وبعد عزل تأثير متغير الدوافع حدث نقص بسيط في المعامل ليصل إلى (٠,١٥٧)، مما يدل على أن حذف تأثير الدوافع المعرفية والإعلامية كان له تأثير ضعيف على قوة العلاقة بين المتغيرين. ويعني هذا النقص في قيمة معامل الارتباط بعد عزل تأثير متغير الدوافع أنه كلما كانت دوافع التعرض لمواقع الإعلام البديل معرفية وإعلامية، كلما ازدادت علاقة الارتباط الإيجابي (الطردي) بين التعرض للمواقع البديلة والتعرض للوسائل التقليدية.

كما تبين أيضا أن الدوافع الترفهية والاجتماعية تؤثر على العلاقة بين مستوى التعرض للمواقع البديلة والتعرض للوسائل التقليدية، حيث بلغ معامل الارتباط بين المتغيرين قبل عزل تأثير الدوافع الترفيهية والاجتماعية (٠,١٧٩)، ثم حدثت زيادة بسيطة في قيمة معامل الارتباط بعد عزل تأثير متغير الدوافع ليصل إلى (٠,١٨٥) مما يعني أن الدوافع الترفيهية والاجتماعية تقلل من العلاقة الارتباطية الطردية بين التعرض للمواقع البديلة والتعرض للوسائل التقليدية، وذلك التأثير له دلالة إحصائية قيمتها (٠,٠٠٩) عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥).

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية عكسية ذات دلالة إحصائية بين **مستوى تعرض الشباب** لمواقع الإعلام البديل على الإنترنت **ومستوى ثقتهم في وسائل الإعلام التقليدية.**

لم يثبت وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين تعرض الشباب للمواقع البديلة ومستوى ثقتهم في الوسائل التقليدية، حيث بلغت قيمة الدلالة الإحصائية لمعامل الارتباط (٠,٤٢٣)، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥).

وترجح هذه النتيجة آراء بعض المتخصصين والباحثين في مجال الاتصال والإعلام، والذين يرون أن الوسائل التقليدية تحتفظ برونقها ومصداقيتها لدى متابعيها، والذين قد يلجأون إلى الوسائل والتطبيقات الاتصالية الجديدة في بعض الأحيان إلا أنهم لا يفقدون الثقة في الوسائل التقليدية التي اعتادوا عليها. ومن هنا ليس شرطا أن من يستخدم مواقع الإعلام البديل بكثافة يفقد ثقته في الوسائل التقليدية وتتحول ثقته إلى الممارسات الإعلامية البديلة فقط.

فرض فرعي: تتأثر هذه العلاقة بطبيعة **دوافع تعرض الشباب** للمواقع البديلة، فتقل الثقة في الوسائل التقليدية كلما كانت الدوافع **معرفية.**

لم يثبت وجود تأثير لمتغير الدوافع المعرفية والإعلامية للتعرض لمواقع الإعلام البديل على العلاقة الارتباطية بين التعرض لهذه المواقع ومستوى الثقة في الوسائل التقليدية، حيث بلغت قيمة الدلالة الإحصائية لمعامل الارتباط بعد عزل تأثير متغير الدوافع المعرفية والإعلامية (٠,٣٧٧)، وهي غير دالة إحصائيا عند مسوى معنوية أقل من (٠,٠٥).

كما لم يثبت تأثير متغير الدوافع الترفيهية والاجتماعية على العلاقة الارتباطية بين مستوى التعرض لمواقع الإعلام البديل ومستوى الثقة في الوسائل التقليدية، إذ بلغت قيمة الدلالة الإحصائية لمعامل الارتباط بعد عزل تأثير متغير الدوافع الترفيهية والاجتماعية (٠,٤٨٤)، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥).

وبذلك لا يوجد تأثير لدوافع التعرض لمواقع الإعلام البديل (سواء كانت معرفية/إعلامية أو ترفيهية/اجتماعية) على العلاقة الارتباطية بين مستوى التعرض للمواقع البديلة والثقة في وسائل الإعلام التقليدية.

الفرض الخامس: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين **مستوى تعرض الشباب** لمواقع الإعلام البديل **ومعدل متابعة الأخبار على شبكة الإنترنت.**

لم يثبت وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائيا بين مستوى تعرض الشباب عينة الدراسة لمواقع الإعلام البديل ومعدل حرصهم على متابعة الأخبار على شبكة الإنترنت، حيث بلغت قيمة الدلالة الإحصائية لمعامل الارتباط (٠,١٨٠)، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى معنوية أقل من (٠,٠٥).

مناقشة النتائج

انصب تركيز هذه الدراسة على بحث مواقع الإعلام البديل على الإنترنت من خلال مدخلين أساسيين هما المدخل الإعلامي والمدخل السياسي، وبناء عليه سعت الدراسة لاختبار العلاقة بين مستوى تعرض الشباب الجامعي المصري لموقعي الفيس بوك وتويتر وبين مجموعة من المتغيرات السياسية والإعلامية بهدف التعرف على إمكانيات هذه المواقع البديلة من الناحية السياسية باعتبارها جزءا من المجتمع المدني، والوقوف على تأثير الاستخدام المكثف لها على معدلات التعرض للوسائل التقليدية ومعدل الثقة فيها.

إلا أن النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يتعلق بعلاقة التعرض للمواقع البديلة ومجموعة المتغيرات السياسية والإعلامية الأخرى لم تتسق مع الأطر الفكرية للمدخلين السياسي والإعلامي في دراسة الوسائل البديلة، وربما يرجع ذلك إلى أن شبكتي التواصل الاجتماعي قيد الدراسة (الفيس بوك وتويتر) لم يتطور استخدامهما في مصر ليصل إلى مستوى أن يصبحا جزءا من المجتمع المدني بالمعنى المفهوم أو لم يطور المستخدمون المصريون استخداما إعلاميا بديلا بشكل حقيقي لهذه الشبكات الاجتماعية.

ويثير هذا الاستنتاج تساؤلا أساسيا حول الدور الذي لعبته هذه الشبكات في التعبئة السياسية إبان ثورة الخامس والعشرين من يناير، وطرحها لمضامين إعلامية مغايرة عن المقدمة في الوسائل التقليدية، إلا أنه يمكن تفسير ذلك بأن استخدام هذه الوسائل وصل لذورته في في فترة الثورة نتيجة لرغبة الجماهير والمستخدمين في أن تضطلع هذه الأدوات الاتصالية الجديدة

بدور إعلامي بديل ودور سياسي فاعل على مستوى المجتمع، وذلك يرجعنا إلى فكرة العنصر الإنساني في مفهوم التفاعل مع التكنولوجيات الاتصالية الذي طرحه كيوسيس Kiousis بعد ظهور تقنيات الجيل الثاني من الويب، والذي يشير إلى أن التفاعلية ليست نتاجا عن الأنظمة التكنولوجية الحديثة فقط، ولكنها ترتبط أيضا بإدراك المستخدمين وتعاملهم مع الإمكانيات التفاعلية لهذه الأنظمة التكنولوجية، كما أنها تمثل وجها أخر للتأثيرات التي يرغب المستخدمون في إحداثها من خلال استخدام الأنظمة الحديثة.

ومن هنا يمكن القول أن الظرف الاجتماعي والسياسي القائم قد دفع الأفراد في وقت ما إلى التفاعل بشكل كبير على هذه الشبكات الاجتماعية بما جعلها تحظى بموقع مركزي على الساحة الإعلامية والسياسية، إلا أن هذا الجانب الإنساني للتفاعل قد تراجع بعد انحسار المد الثوري، وخاصة بعد انتشار الشعور بالإحباط والتشاؤم، وطغيان نبرات التشكيك في كل ما يقال أو ينشر سواء في الوسائل التقليدية أو البديلة على الإنترنت.

ونود هنا التركيز مرة أخرى على متغير التفاعل على مواقع الإعلام الاجتماعي البديلة، حيث اتضحت علاقته بمستوى الاهتمام السياسي لدى المستخدمين، في حين لم تثبت علاقة الارتباط بين الاهتمام السياسي ومعدلات التعرض المرتفع للمواقع البديلة على الإنترنت.

ومن النتائج الأخرى ذات الدلالة أيضا، وجود علاقة ارتباط إيجابية بين التعرض لمواقع الإعلام البديل ومستوى التعرض للوسائل التقليدية، إذ لم تقف هنا الوسائل البديلة في مقابل الوسائل السائدة، وهو التقسيم الطاغي في تناول ظاهرة الإعلام البديل من الناحية الإعلامية. ورجح هذه النتيجة اتجاه التقارب بين مجالي الإعلام (السائد والبديل) وسعيهما للتكامل والاستفادة المتبادلة،

ومما يؤكد على ذلك أيضا بروز التليفزيون في مقدمة الوسائل التي يتابعها الشباب أفراد العينة مباشرة بعد الفيس بوك، بالإضافة إلى حصول وسائل الإعلام التقليدية الأخرى على نسب متابعة لا بأس بها، مما يضحد إدعائات البعض بأن الوسائل التفاعلية الجديدة قد تحل محل الوسائل التقليدية.

وقد تشير معدلات التعرض المرتفعة من قبل الشباب أفراد العينة لمنافذ الإعلام البديل على الإنترنت، بالإضافة إلى المعدلات المرتفعة لتفاعلهم عليها، إلى الاتجاه نحو ترسيخ استخدام هذه الوسائل الاتصالية الجديدة بما قد يؤدي إلى تطوير هذه التفاعل إلى أن تعدو هذه الشبكات الاجتماعية وسائل إعلامية حقيقية تقدم مضامين بديلة لما تطرحه الوسائل السائدة، وأن تصبح بالفعل جزءا من المجتمع المدني، خاصة بعد أن ثبت ارتفاع معدلات استخدام هذه الوسائل لدى أصحاب التوجهات السياسية المختلفة.

حدود الدراسة

١. تم إجراء هذه الدراسة على عينة عمدية من طلاب جامعة القاهرة والجامعة الأمريكية، نظرا لضرورة توافر شرط مسبق من أجل اختبار فروض الدراسة، وهو التعرض لمواقع الإعلام البديل على الإنترنت. ومن هنا فإن مجال دراسة استخدامات مواقع الإعلام البديل ما يزال مفتوحا أمام دراسات أخرى تقوم بتطبيق اختبارات العلاقات بين متغيراتها على عينات أكثر احتمالية بما يضمن إمكانية تعميم النتائج على المجتمع.

٢. ركزت هذه الدراسة على شريحة الشباب الجامعي، ولكنها لم تشمل الشباب في مستويات عمرية أكبر أو من ذوي المستويات التعليمية دون الجامعية مثلا، بما يفتح المجال أمام دراسات أخرى من أجل اختبار متغيرات هذه الدراسة على عينات أخرى أشمل وأعم تتنوع فيها المستويات التعليمية والمناطق الجغرافية أيضا، حيث أجريت هذه الدراسة في جامعتين بمحافظة القاهرة (جامعة القاهرة والجامعة الأمريكية).

٣. انصب تركيز هذه الدراسة على علاقة الشباب بموقعي الفيس بوك وتويتر، دون التطرق إلى مواقع بديلة أخرى كاليوتيوب والمدونات وغيرها من الشبكات الاجتماعية الشهيرة أيضا مثل +Google، و LinkedIn، وغيرها.

٤. تناولت هذه الدراسة ممارسات الإعلام البديل على الإنترنت فقط، ولكن هذه الممارسات البديلة تتسع لتشمل أنشطة إعلامية واتصالية خارج نطاق الويب مثل الإذاعات المجتمعية والصحافة الشعبية ومطبوعات الحركات الاجتماعية والمواد الإعلامية والاتصالية التي تنتجها منظمات المجتمع المدني.

٥. اقتصرت الدراسة في إلقائها الضوء على ممارسات الإعلام على مدخلين فقط، هما المدخل الإعلامي باعتبارها ممارسات اتصالية بديلة لوسائل الإعلام السائدة والمدخل السياسي باعتبارها جزءا من المجتمع المدني، ولم يتم التطرق إلى وظائف الإعلام البديل من الناحية المجتمعية والأدوار القائمة والمحتملة لهذه الوسائل على المستويات المحلية ودورها في الاتصال العالمي في إطار العولمة.

مقترحات

انطلاقا من النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة، يرى الباحث ضرورة إجراء أبحاث منفصلة لكل وسيلة إعلامية بديلة على الإنترنت على حدة، نظرا لاختلاف طبيعة كل شبكة اجتماعية عن الأخرى واختلاف دوافع وطبيعة استخدامها من قبل الجمهور. كما يرجح الباحث عدم الاقتصادر في دراسة هذه المواقع الاجتماعية البديلة على اختبار العلاقة بين مستويات التعرض وغيرها من المتغيرات الأخرى، بل تخطي ذلك والتركيز على مستوى التفاعل على الشبكة وماله من دلالات اتصالية وإعلامية ومجتمعية وسياسية أيضا.

ويقترح الباحث إجراء بحوث مستقبلية لدراسة الموضوعات التالية:

١. تحليل مضامين الصفحات السياسية على الشبكات الاجتماعية، واستخدام مضامين هذه الصفحات في التعبئة السياسية من قبل الحركات الاجتماعية والجماعات السياسية المختلفة.

٢. الاستخدامات الإخبارية والصحفية لموقع التدوين المصغر تويتر، وخاصة من قبل الصحفيين والمشتغلين بالإعلام. إذ أن استخدامات تويتر تتجه إلى الجوانب المعرفية والإخبارية أكثر منه شبكة اجتماعية تهدف للتواصل وتستخدم لأغراض ترفيهية واجتماعية مثل الفيس بوك.

٣. دراسة استخدامات النشطاء السياسيين لمواقع التواصل الاجتماعي، ومقارنة ذلك باستخدام الجمهور غير المنخرط في أنشطة سياسية. فالفاعلية الإعلامية Media Activism على الشبكات الاجتماعية قد تكون لها دلالات على مستوى الفاعلية السياسية Political Activism سواء كانت على صفحات الشبكة أو على أرض الواقع.

٤. دراسة الاستخدام السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي أثناء الانتخابات التشريعية والرئاسية في مصر.
٥. دراسة دور مواقع الإعلام البديل في تمكين الفئات المهمشة وغير الممثلة في المجتمع المصري، مثل المرأة والفلاحين وأصحاب المهن التقليدية.
٦. دراسة استخدامات الأحزاب وجماعات المعارضة السياسية لشبكات الإعلام الاجتماعي في حشد الجماهير ضد سياسات الحكومة.

النتائج العامة

١. بلغت نسبة من يتعرضون لمواقع الإعلام البديل بمعدل مرتفع ٤٦,٥ % من أفراد العينة، ونسبة من يستخدمون هذه المواقع بمعدل متوسط ٥٣,٥ % ، ولم تكن هناك مستويات تعرض ضعيفة.
٢. جاء الفيس بوك في مقدمة الوسائل الاتصالية والإعلامية التي يستخدمها الشباب، تلاه التليفزيون، ثم مواقع الصحف الإلكترونية، ثم موقع تويتر.
٣. كانت أكثر ثلاثة دوافع لتعرض الشباب لمواقع الإعلام البديل هي على الترتيب: متابعة آراء الآخرين في القضايا المختلفة، والحصول على الأخبار والمعلومات، والتواصل مع الأصدقاء.
٤. لم تكن هناك فروق كبيرة في معدل استخدام المواقع البديلة بين المبحوثين الذكور والإناث، وبين أصحاب المستويات الاجتماعية الاقتصادية المختلفة من المبحوثين.
٥. أكدت نسبة ٧٨ % من أفراد العينة أن مواقع الإعلام البديل تتمتع بسمات تميزها عن الوسائل التقليدية، وكانت أهم هذه المميزات على الترتيب: إتاحة معدلات تفاعل كبيرة، وتقديم مساحة أكبر من الحرية، وإمكانية قيام المستخدمين بإنتاج ونشر محتوى بأنفسهم.
٦. ازدادت معدلات تعرض الشباب أفراد العينة للفيس بوك وتويتر بعد ثورة ٢٥ من يناير، إلى جانب ارتفاع معدلات تفاعلهم على الشبكات الاجتماعية ومتابعتهم للأخبار على الإنترنت.

٧. سجل ٦١ % من أفراد العينة مستوى اهتمام كبير بالسياسة والشئون العامة، وأظهرت نسبة ٣٠ % اهتماما متوسطا.
٨. يستخدم أصحاب التوجهات السياسية المختلفة مواقع الإعلام البديل بمعدل أكثر ارتفاعا ممن لم يتبنوا اتجاها سياسيا معينا. وجاء أصحاب التوجه الليبرالي في المقدمة بنسبة ٦٠ %، بينما سجل ٣٠ % فقط من متبني التوجه السياسي الإسلامي معدلات استخدام مرتفعة للمواقع البديلة.

نتائج اختبارات الفروض:

١. توجد علاقة ارتباطية طردية ضعيفة بين مستوى تعرض الشباب عينة الدراسة لمواقع الإعلام البديل على الإنترنت ومستوى التعرض لوسائل الإعلام التقليدية.
٢. تتأثر هذه العلاقة بدوافع التعرض للمواقع البديلة، فتزيد الدوافع المعرفية والإعلامية من شدة العلاقة الارتباطية، في حين تقلل الدوافع الترفيهية والاجتماعية من شدة هذا الارتباط.
٣. توجد علاقة ارتباط طردية ضعيفة بين مستوى تفاعل الشباب على مواقع الإعلام البديل وبين معدل الاهتمام السياسي لديهم.
٤. لم يثبت وجود علاقة ارتباط دالة إحصائيا بين مستوى تعرض الشباب لمواقع الإعلام البديل على الإنترنت وبين كل من: مستوى الاهتمام السياسي، والمشاركة المدنية والمجتمعية، ومستوى الثقة في وسائل الإعلام التقليدية، ومعدل متابعة الأخبار على الإنترنت.

قائمة المراجع

أولا: المراجع العربية

أ- الكتب العربية

١- السيد بخيت، **الإنترنت: وسيلة اتصال جديدة، الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية**، (دارالكتاب الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة، ٢٠٠٤).

٢- حسنين شفيق، **الإعلام التفاعلي**، (دار فكر وفن للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٨).

٣- سليمان صالح، **ثورة الاتصال وحرية الإعلام**، (مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، قطر، ٢٠٠٥).

٤- شريف درويش اللبان، **مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الإنترنت**، (دار العالم العربي، القاهرة، ٢٠١١).

٥- رباب عبد الرحمن هاشم، **الإعلام والإصلاح السياسي في مصر**، (دار العالم العربي، القاهرة، ٢٠١٠).

٦-عباس مصطفى صادق، **الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، (دار الشروق، عمان، الأردن، ٢٠٠٨).

٧- عبد الحميد بسيوني، **الديمقراطية الإلكترونية**، (دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٨).

٨- علا أحمد إصلاح، **فهم الإعلام البديل**، (مجموعة النيل العربية، القاهرة، ٢٠٠٩).

٩- علياء سامي عبد الفتاح، **الإنترنت والشباب: دراسة في آليات التفاعل الاجتماعي**، (دار العالم العربي، القاهرة، ٢٠٠٩).

١٠- علي ليلة، **المجتمع المدني العربي: قضايا المواطنة وحقوق الإنسان**، (مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، ٢٠٠٧).

١١- فيصل أبو عيشة، **الإعلام الإلكتروني**، (دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ٢٠١٠).

١٢- محمد سيد محمد، **وسائل الإعلام من المنادي إلى الإنترنت**، (دار الفكر العربي، القاهرة، ٢٠٠٩).
١٣- محمد عبد الحميد، **الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت**، (عالم الكتب، القاهرة، ٢٠٠٧).
١٤- محمد عبد الحميد، **المدونات: الإعلام البديل**، (عالم الكتب، القاهرة، ٢٠٠٩).
١٥- نها أنور سليمان، **الإعلام وقضايا الإصلاح في العالم العربي**، (دار العالم العربي، القاهرة، ٢٠١١).
١٦- هشام عطية، **دراسة لخطاب المدونات العربية: التعبيرات السياسية والاجتماعية لشبكة الانترنت**، (العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٩).
١٧- يسري دعبس، **المشاركة المجتمعية والتنمية المتواصلة**، (مركز البيطاش للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠٠٨).

ب - البحوث المنشورة في دوريات علمية أومقدمة لمؤتمرات علمية محكمة

١٨- أشرف جلال حسن، أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية: دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل، في: **مؤتمر الإعلام والأسرة وتحديات العصر**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، فبراير، ٢٠٠٩.
١٩- آمال كمال، استخدام طلاب الجامعات المصرية لمواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقته برأس المال الاجتماعي، في: **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد العاشر، العدد الرابع، يوليو-ديسمبر،٢٠١١.
٢٠- ثريا أحمد البدوي، دور وسائل الإعلام في دعم المواطنة في مصر، في: **المؤتمر العلمي السنوي الثاني عشر: الإعلام وتحديث المجتمعات العربية**، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، مايو، ٢٠٠٦.
٢١- جيلان عبد الرازق، مواقع شبكات التواصل الاجتماعي كوسائط لإكساب الشباب مهارات التعلم الذاتي وسلوك المشاركة المدنية، في: **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد العاشر، العدد الرابع، يوليو-ديسمبر، ٢٠١١.

٢٢- حسني محمد نصر، المدونات الإلكترونية ودعم التعبير عن التعددية في العالم العربي، في: المجلة **المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثامن، العدد الثالث، يوليو- سبتمبر، ٢٠٠٦.

٢٣- حنان سليم، أثر مقاطع اليوتيوب على تشكيل معارف واتجاهات الفتاة السعودية نحو أحداث الثورة المصرية، في: **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثامن والثلاثون، يوليو-ديسمبر، ٢٠١١.

٢٤- حنان كيلاني، تأثير الإنترنت على وسائل الإعلام التقليدية في مصر، في: **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثامن، العدد الثاني، ٢٠٠٧.

٢٥- حنفي حيدر أمين، استخدامات المراهقين للإنترنت وعلاقته بالتفاعل الاجتماعي، في: **المؤتمر العلمي السنوي الثالث عشر: الإعلام والبناء الثقافي والاجتماعي للمواطن العربي**، كلية الإعلام، جامعة ا لقاهرة، مايو، ٢٠٠٧.

٢٦- خالد صلاح الدين، دور الإعلام التقليدي في تشكيل معارف الرأي العام واتجاهاته نحو قضايا الديمقراطية في مصر، في: **المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر: الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، يوليو، ٢٠٠٩

٢٧- خالد صلاح الدين، اتجاهات الشباب المصري نحو شبكات التواصل الاجتماعي على الشبكة العنكبوتية في إطار نظرية الثراء الإعلامي، في: **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد العاشر، العدد الرابع، يوليو-ديسمبر، ٢٠١١.

٢٨- سيد بخيت، تجربة صحافة المجتمع المدني في الدراسات الإعلامية الأمريكية، في: **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد السادس والعشرون، يناير – مارس، ٢٠٠٦.

٢٩- شيماء ذو الفقار، استخدام موقع التدوين المصغر (تويتر) في تغطية الانتخابات التشريعية ٢٠١٠، في: **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الثامن والثلاثون، يوليو-ديسمبر، ٢٠١١.

٣٠- شيماء ذو الفقار، دور وسائل الإعلام الاجتماعية في التعبئة السياسية قبيل ثورة ٢٥ يناير، في: **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد العاشر، العدد الثالث، يناير-يونيو، ٢٠١١.

٣١- عبد الصبور فاضل، المدونات المصرية على شبكة الإنترنت: دراسة تحليلية وميدانية لعينة من مدونات موقع اتحاد لمدنون العرب (مكتوب)، في: **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد التاسع، العدد الثاني، يوليو-ديسمبر، ٢٠٠٨.

٣٢- عبد الهادي أحمد النجار ومحمد عبد الحليم محمد، العلاقة بين اعتماد الشباب الجامعي على المدونات ومستويات المعرفة بالأحداث الجارية في المجتمع العربي، في: **المؤتمر العلمي الرابع لأكاديمية أخبار اليوم: الصحافة العربية في ظل التحولات السياسية والاقتصادية والتكنولوجية**، القاهرة، أكتوبر، ٢٠٠٧.

٣٣- محمود أحمد عبد الغني، استخدامات الشباب الجامعي للمدونات الإلكترونية والإشباعات المتحققة منها: دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة سوهاج، في: **المؤتمر العلمي الرابع لأكاديمية أخبار اليوم: الصحافة العربية في ظل التحولات السياسية والاقتصادية والتكنولوجية**، القاهرة، أكتوبر،٢٠٠٧.

٣٤- محمود حمدي عبد القوي، دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب: دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية، في: **المؤتمر العلمي الخامس عشر، الإعلام والإصلاح: الواقع والتحديات**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مايو، ٢٠٠٩.

٣٥- نرمين خضر زكريا، الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على موقع الفيس بوك، في: **مؤتمر الإعلام والأسرة وتحديات العصر**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، فبراير، ٢٠٠٩.

ج- المقالات والبحوث المنشورة في دوريات متخصصة غير محكمة

٣٦- إبراهيم بعزيز، دور وسائل الإعلام الجديدة في تحول المتلقي مرسل وظهــور صحافة المواطن، في: **مجلة الإذاعات العربية،** اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد الثالث، ٢٠١١.

٣٧- السيد بخيت، إعلام المستخدم: المفهوم والعوامل المؤثرة وواقعــه فــي البيئــة الإعلامية العربية، في: **مجلة الإذاعات لعربية،** اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، العدد الثالث، ٢٠١١.

٣٨- السيد ياسين، انهيار المجال العام وصعود الفضاء المعلوماتي، في: **مجلة الديموقراطية،** مؤسسة الأهرام، القاهرة،العدد الرابع والثلاثون، إبريل، ٢٠٠٩.

٣٩- خالد صلاح الدين، الديمقراطية الرقمية: تطبيقاتها العالمية وآفاق مستقبلها في الوطن العربي، في: **مجلة الإذاعات العربية،** اتحاد إذاعات الدول العربيــة، تــونس، العدد الثالث، ٢٠١١.

٤٠- عادل عبد الصادق، الديمقراطية الرقمية نمط جديد لممارسة السياسة، في: **مجلة الديمقراطية،** مؤسسة الأهرام، القاهرة، العدد الرابع والثلاثون، إبريل، ٢٠٠٩.

٤١- عماد صيام، الاحتجاجت السلمية وتخلق مجتمع مدني جديد، في: **مجلة الديموقراطية،** مؤسسة الأهرام، القاهرة، العدد الرابع والثلاثون، إبريل، ٢٠٠٩.

٤٢- مصطفى الضبع، الأحزاب الإلكترونية وثقافة العصر، في: **مجلة الديموقراطية،** مؤسسة الأهرام، القاهرة، العدد الرابع والثلاثون، إبريل، ٢٠٠٩.

٤٣- يحيى اليحياوي، في إشكالية الديمقراطية الرقمية، في: **مجلــة الديموقراطيــة،** مؤسسة

الأهرام، القاهرة، العدد الرابع والثلاثون، إبريل، ٢٠٠٩.

٤٤- وليد رشاد ذكي، المجتمع الافتراضي، نحو مقاربة في المفهوم، في: **مجلة الديموقراطية،** مؤسسة الأهرام، القاهرة، العدد الرابع والثلاثون، إبريل، ٢٠٠٩.

ثانيا: المراجع الأجنبية

أ- الرسائل العلمية غير المنشورة

45- Aday, Sean Macheath Howell (1999). Public journalism and the power of the press: Exploring the framesetting effects of the news. **Ph.D. dissertation**, University of Pennsylvania, United States, Pennsylvania. Retrieved May 16, 2009, from Dissertations & Theses: Full Text database. (Publication No. AAT 9937694).

46- Agosta, Diana Elizabeth (2004). Naming the future: How Salvadoran community radio builds civil society and popular culture. **Ph.D. dissertation**, City University of New York, United States, New York. Retrieved on May 15, 2009, from Dissertations & Theses: Full Text database. (Publication No. AAT 3144074).

47- Banjade, Arjun (2007). Community radio in Nepal: A case study of Community Radio Madanpokhara. **Ph.D. dissertation**, Ohio University, United States, Ohio. Retrieved May 15, 2009, from Dissertations & Theses: Full Text database. (Publication No. AAT 3280054).

48- Gatua, Mary Wairimu (2007). Giving voice to invisible women in developing countries: Rhetorical criticism of "FIRE" as model of a successful women's community radio. **M.A. dissertation**, University of Wyoming, United States, Wyoming. Retrieved May 15, 2009, from Dissertations & Theses: Full Text database. (Publication No. AAT 1446910).

49- Groshek, Jacob (2008). Freedom and "new" media: Examining the relationship between communication technologies and democracy cross-nationally from 1946 to 2003. **Ph.D. dissertation**, Indiana University, United States, Indiana. Retrieved May 16, 2009, from Dissertations & Theses: Full Text database. (Publication No. AAT 3319903).

50- Lyons, Jeffrey K. (2007). Hot talk or hot air: The relationship between values and listening to political talk radio. **Ph.D.**

dissertation, Regent University, United States, Virginia. Retrieved May 16, 2009, from Dissertations & Theses: Full Text database. (Publication No. AAT 3255556).

51- Magpanthong, Chalisa (2007). Participatory community media: Three case studies of Thai community radio stations. **Ph.D. dissertation**, Ohio University, United States, Ohio. Retrieved May 15, 2009, from Dissertations & Theses: Full Text database. (Publication No. AAT 3280035).

52- Massey, Brian Lance (1997). Newspapers and the local-news sourcing effect of public journalism. **Ph.D. dissertation**, The Florida State University, United States, Florida. Retrieved May 16, 2009, from Dissertations & Theses: Full Text database. (Publication No. AAT 9726467).

53- McKay, Blythe (2004). Enhancing community over the airwaves: Community radio in a Ghanaian fishing village. **M.Sc. dissertation**, University of Guelph (Canada), Canada. Retrieved May 15, 2009,fromDissertations & Theses: Full Text database. (Publication No. AAT MQ90674).

54- Min, InCheol (2002). The alternative press and its readers: Producers' perceptions of their readers and the readership survey of the Texas Observer. **Ph.D. dissertation**, The University of Texas at Austin, United States, Texas. Retrieved May 16, 2009, from Dissertations & Theses: Full Text database. (Publication No. AAT 3099498).

55- Morris, Jonathan Sullivan (2002). The new media and the dramatization of American politics. **Ph.D. dissertation**, Purdue University, United States, Indiana. Retrieved May 16, 2009, from Dissertations & Theses: Full Text database. (Publication No. AAT 3104995).

56- Nichols, Sandra L. (2003). Public journalism: Evaluating the movement's trajectory through institutional stages of development in the journalistic field. **Ph.D. dissertation**, The University of

Wisconsin - Madison, United States, Wisconsin. Retrieved May 16, 2009, from Dissertations &Theses: Full Text database. (Publication No. AAT 3113717).

57- Reed, Ebony (2004). African Americans' attitudes toward civic journalism: Two Ohio cities. **M.A. dissertation**, University of Missouri - Columbia, United States, Missouri. Retrieved May 16, 2009, from Dissertations & Theses: Full Text database. (Publication No. AAT 1421156).

58- Sidlow, Faith Michelle (2008). Consumption of news among various age groups: Traditional media versus new media. **M.A. dissertation**, California State University, Fresno, United States, California. Retrieved May 16, 2009, from Dissertations & Theses: Full Text database. (Publication No. AAT1460403).

59- Vercellotti, Leonard Timothy (2002). Something to talk about: How civic journalism influences political discourse and engagement. **Ph.D. dissertation**, The University of North Carolina at Chapel Hill, United States, North Carolina. Retrieved May 16, 2009, from Dissertations & Theses: Full Text database. (Publication No. AAT 3047087).

60- Waltter, R. Melissa, "Campaigning in The New Millennium: How The New Media Affects College Students' Attention to and Participation in The Political Process", **Unpublished Master Thesis**, (South Alabama University, 2008).

61- Wilson, Sherrie Lea (2001). The challenge of civic journalism: Examining its roots and future prospects. **Ph.D. dissertation**, University of Minnesota, United States, Minnesota. Retrieved May 16, 2009, from Dissertations & Theses: Full Text database. (Publication No. AAT 3029118).

62- Yoder, Randyll Kim (1998). Public access television producers: The roles of genre, motivation,and audience in program design. **Ph.D. dissertation**, Bowling Green State University, United States, Ohio. Retrieved May 15, 2009, from Dissertations & Theses: Full Text database. (Publication No. AAT 9902355).

ب – البحوث المنشورة في دوريات علمية محكمة أو مقدمة لمؤتمرات علمية محكمة

63- Atkin, David, et al**., "The Influence of Social Media on Online Political Discussion in China",** paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Sheraton Phoenix, Downtown, Phoenix, AZ, May 24. Retrieved on December 11, 2012, from: http://www.allacademic.com/meta/p554468_index.html

64- Currie, Tim, **"Social Media Editors in The Newsroom: A Survey of Roles and Functions",** paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Chicago Marriott Downtown, Chicago, IL, Aug 09, 2012. Retrieved on December 10, 2012, from: http://www.allacademic.com/meta/p582077_index.html

65- Das, Antara, **"Conversations with the Virtual Grassroots: A Quantitative Study of Social Media Use by International Development NGOs",** paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Sheraton Phoenix Downtown, Phoenix, AZ, May 24, 2012 Retrieved on December 10, 2012,from:http://www.allacademic.com/meta/p554083_index.html

66- Downing, j., Audiences and Readers of alternative Media: the absent lure of the virtually unknown **Media, Culture & Society**, Vol.25, No.5, 2003

67- Dutta-Bergman, M. J. (2006). Community participation and Internet use after September 11: Complementarity in channel consumption, **Journal of Computer-Mediated Communication**, 11(2), article 4. Retrieved on May 10, 2009, from: http://jcmc.edu/vol11/issue2/dutta-bergman.html

68- Dutta-Bergman, M. J. (2005). The Antecedents of Community-Oriented Internet Use: Community Participation and Community Satisfaction, **Journal of Computer-Mediated Communication**,

11(1), article 5. Retrieved on June 19, 2009, from: http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue1/dutta-bergman.html

69-Garry, Steven, **"The Adoption of Social Network Sites (SNS) by U.S. Television "On-Air" Media Employees: Understanding Individual Choice as Constrained by Social and Organizational Interactions"**, paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Sheraton Phoenix Downtown, Phoenix, AZ, May 23, 2012. Retrieved on December 10, 2012,
from: http://www.allacademic.com/meta/p553482_index.html

70- Groshek, Jacob**, "Negotiating Hegemony: Alternative and Mainstream Media Coverage of the Globalization Debate",** paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, May 23, 2009. Retrieved on June 15, 2011, from: http://www.allacademic.com/meta/p405217_index.html

71-Guo, Miao. **"Building Online Relationship: Examining Social Media Utilization on Traditional Media Websites",** paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, TBA, Boston, MA, May 26, 2011. Retrieved on December 10, 2012, from: http://www.allacademic.com/meta/p487242_index.html

72- Halpern, Daniel and Gibbs, Jennifer. **"Social Media as a Catalyst for Online Deliberation: When Does the Medium Matter?"**, paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, TBA, Boston, MA, May 25, 2011. Retrieved on December 10, 2012,from:
http://www.allacademic.com/meta/p490692_index.html

73- Harlow, Summer**. "Social Media and Social Movements: Facebook and an Online Guatemalan Justice Movement that Moved Offline"**, paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, The Denver Sheraton, Denver, CO, Aug 04, 2010. Retrieved on December 10, 2012, from:
http://www.allacademic.com/meta/p434275_index.html

74- Howard, Philip, et al. **"When Do States Disconnect Their Digital Networks? Regime Responses to Political Uses of Social Media"**, paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, TBA, Boston, MA, May 25, 2011. Retrieved on December 10, 2012, from: http://www.allacademic.com/meta/p490070_index.html

75- Jennifer Rauch,2007, Activities as Interpretive Communities: Rituals of Consumption and Interaction in an Alternative Media Audience**, Media Culture & Society** 2007, Sage publications, Los Angles, London, New Delhi and Singapore, Vol. 29, (6), pp. 994-1013.Retrieved on October 3, 2009, from: http://mcs.sagepub.com/cgi/content/abstract/29/6/994

76- Johnson, T. J., et al, Every blog has its day: Politically-interested Internet users' perceptions of blog credibility. **Journal of Computer-Mediated Communication**,13 (1), article 6, 2007. Retrieved on May 6, 2009, from: http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/johnson.html

77- Kellner, D., Media and Elections in 2004, **Cultural Studies and Critical Methodologies**, Vol.5, No.3, 2005.

78- Leach, Jan. & Gilbert, Jeremy, **"Can This Marriage Be Saved? The Love-Hate Relationship Between Traditional Media and Citizen Journalism",** paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Denver, Aug, 2010. Retrieved on March, 2012, from: http://www.allacademic.com/meta/p434340_index.html

79- Lee, Jinsun, **"Reconceptualizing Alternative Media in the Global Age"**, paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, San Francisco, May 23, 2007. Retrieved on June 14, 2011, from: http://www.allacademic.com/meta/p170550_index.html

80- Lovejoy, Kristen and Saxton, Gregory. **"Information, Community, and Action: How Nonprofits Use Social Media",** paper presented at the annual meeting of the International

Communication Association, TBA, Boston, MA, May 23, 2011. Retrieved on December 10, 2012, from:
http://www.allacademic.com/meta/p490420_index.html

81-Mellen, Roger,**"Modern Arab Uprisings and Social Media: An Historical Perspective on Media and Revolution",** paper presented at the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication, Renaissance Grand & Suites Hotel, St. Louis, MO, Aug 10, 2011. Retrieved on December 10, 2012, from:
http://www.allacademic.com/meta/p520265_index.html

82-Martin, Brandie**, "The Revolution Will Be Hyperbolized: Western Media Discourse of Use of Social Media in the 2011 Egyptian Revolution"**, Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Sheraton Phoenix Downtown, Phoenix, AZ, May 24, 2012. Retrieved on December 11, 2012, from: http://www.allacademic.com/meta/p552417_index.html

83- Min, S. (2007). Online vs. face-to-face deliberation: Effects on civic engagement, **Journal of Computer-Mediated Communication**, 12*(*4), article 11. Retrieved on May 10, 2009, from:
http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/min.html

84- Mjos, Ole,**"Rethinking Localization in the Era of Global Social Media: MySpace and Facebook",** Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Sheraton Phoenix Downtown, Phoenix, AZ, May 24. Retrieved December 10, 2012, http://www.allacademic.com/meta/p555602_index.html

85- Nah, S., Veenstra, A. S., and Shah, D. V.(2006). The Internet and anti-war activism: A case study of information, expression, and action, **Journal of Computer-Mediated Communication**, 12 (1), article 12. Retrieved on June 20, 2009, from: http:// jcmc.indiana.edu/vol12/ issue1/nah.html

86- Newsom, Victoria and Lengel, Lara**, "Social Media for Social Change in the Middle East and North Africa: Women's Use of Social Media to Enhance Civil Society and Facilitate Social**

Change in the MENA", paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Sheraton Phoenix Downtown, Phoenix, AZ, May 24, 2012. Retrieved on December 10, 2012, http://www.allacademic.com/meta/p556222_index.html

87- Pettingill, Lindsay, **"Engagement 2.0? How the New Digital Media Can Invigorate Civic Engagement"**, paper presented at the annual meeting of the MPSA Annual National Conference, Palmer House Hotel, Hilton, Chicago, IL, Apr 03, 2008. Retrieved on December 10, 2012, from:
http://www.allacademic.com/meta/p266567_index.html
88- Shah Dhavan, et al., Communication, Context, and Community: An Exploration of Print, Broadcast, and Internet Influences, **Communication Research**, Sage Publications, Los Angles, London, New Delhi and Singapore, Vol. 28, (4), August, 2001.

89- Shayne Bowman & Chris Willis, **We Media: How audiences are shaping the future of news and information,** a thinking paper presented at The American Press Institute, 2003, Retrieved in December, 2012, from:
http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf

ج – الكتب الأجنبية

90- Andrew Dewdney & Peter Ride, **The New Media Handbook**, (Routledge, London & New York, 2006).

91- Bernie Brennan & Lori Schafer, **Branded! How Retailers Engage Consumers with Social Media and Mobility**, (John Wiley & Sons Inc., New Jersey, USA, 2010).

92- Graeme Turner, **Ordinary People and the Media: the Demotic Turn**, (Sage Publications, Los Angles, London, New Delhi and Singapore, 2010).

93- Jack Rosenberry & Burton John, **Public Journalism 2.0: the Promise and Reality of a Citizen-Engaged Press**, (Routledge, London & New York, 2006).

94- Jill Rettberg, **Blogging**, (Polity Press, Cambridge, UK, 2008).

95- Jim Hall, **Online Journalism: A Critical Primer**, (Pluto Press, London, 2001).

96- Kate Coyer, et al., **The Alternative Media Handbook**, Routledge, London & New York, 2007).

97- Keane, J., **Global civil Society.** (Cambridge University Press, UK, 2003).

98- Kevin Howley, **Community Media: People, Places, and Communication Technologies**, (Cambridge University Press, UK, 2005).

99- Kidder Louise, **Research Methods in Social Relations**, (CBS Publications, New York, 2001).

100- Mark Tremayne, **Blogging, Citizenship, and the Future of Media**, (Routledge, London & New York, 2006).

101- Martin Lister, et al., **New Media: a critical Introduction**, (Routledge, London & New York, 2009).

102- Natalie Fentom, **New Media, Old Media: Journalism & Democracy in the Digital Age**, (Sage Publications, Los Angles, London, New Delhi and Singapore, 2010).

103- Nicholas Gane & David Beer, **New Media: The Key Concepts**, (Berg, Oxford & New York, 2008).

104- Olga Guedes Bailey, et al, **Understanding Alternative Media**, (The McGraw-Hill Companies, Berkshire, England, 2008).

105- Peter Dahlgren, **Media and Political Engagement: Citizens, Communication, and Democracy**, (Cambridge University Press, UK, 2010).

106- Richard Gunther & Anthony Mughan, **Democracy and the Media: A Comparative Perspective**,(Cambridge University Press, UK, 2000).

107- Robert Hassan & Julian Thomas**, The New Media Theory Reader**, (Open University Press, Berkshire, England, 2006).

108- Sarah Oates, **Introduction to Media and Politics**, (Sage Publications, Los Angles, London, New Delhi and Singapore, 2008).

109- Zizi Papacharissi, **Journalism and Citizenship: New Agendas in Communication**, (Routledge, London & New York, 2009).

ثالثا: مواقع الإنترنت

110- http://www.alexa.com
111- http://www.ar.mideastyouth.com
112- http://www.democracy.ahram.org.eg
113- http://www.dsg.ae
114- http://edudemic.com
115- http://www.internetworldstats.com
116- http://www.mediabistro.com
117- http://www.socialbakers.com
118- http://www.thecanadianencyclopedia.com
119- http://www.wikipedia.com
120- http://www.benkler.org/Benkler_Wealth_of_Networks.pdf
121- http://www.youtube.com/yt/press/statistics.html
122- http://www.allacademic.com
123- http://www.westminster.ac.uk